



REVUE DE PRESSE

2023

Table des matières

JANVIER 2023	9
Caractère – 09 janvier 2023	9
Riccobono Imprimeurs rafle le nouvel hebdo de la presse régionale	9
Les Clés de la Presse – 10 janvier 2023	10
Diverto imprimé et broché chez Riccobono	10
Correspondance de la Presse – 10 janvier 2023	11
Le Groupe Riccobono mobilise ses deux sites héliogravure pour l'impression de « Diverto »	11
Caractère – 16 janvier 2023	12
L'impression de la PQN se réorganise dans le Sud de la France	12
Les Clés de la Presse – 17 janvier 2023	13
Rubrique « En Bref »	13
Correspondance de la Presse – 17 janvier 2023	14
Le Groupe Les Echos-Le Parisien et le Groupe Le Monde transfèrent l'impression de leur titre sur le site Midi Print de Riccobono Imprimeurs, situé dans le Gard	14
FEVRIER 2023	15
Graphiline – 03 février 2023	15
Nouveau contrat pour Riccobono Imprimeurs	15
WAN-IFRA Executive News Service – 06 février 2023 Article de GraphiLine repris	15
Caractère – 06 février 2023	17
Presse magazine : Prisma Media rapatriée en France la Production de quatre titres »	17
Les Clés de la Presse – 7 février 2023	18
Prisma média rapatriée l'impression de certains magazines en France chez Riccobono	18
Correspondance de la Presse – 7 février 2023	19
Prisma Media (Vivendi) rapatriée en France l'impression de plusieurs titres ("Femme Actuelle" ou "Télé Grandes Chaînes") au sein des centres de production du Groupe Riccobono Imprimeurs	19
Challenges – 9 février 2023	20
N°779 Médias	20
GraphiLine.com - 13 février 2023	21
Prisma Media rapatriée l'impression de quatre magazines en France	21
La Lettre A – 14 février 2023	22
Le Monde passe chez Riccobono	22
La Tribune du Réseau Presse – février 2023	23
Territoires Beauvais, Dépositaire, Le géant de l'Oise	23
La Correspondance de la Presse – 27 février 2023	25
Distribution de la presse : parution du décret mettant en place l'aide à l'exemplaire posté ou porté 25	25

MARS 2023	28
Caractère – mars 2023	28
Riccobono récupère quatre magazines	28
AVRIL 2023	30
La Lettre A – 4 avril 2023	30
Plan de relance quels journaux ont le plus bénéficié des aides de l'Etat	30
Caractère Hebdo - 11 avril 2023	33
La lettre des professionnels de l'imprimé : Les télégrammes Hélio Print regroupe et optimise l'ensemble de ses flux numériques	33
Correspondance de la Presse – 25 avril 2023	34
Riccobono va désormais imprimer le mensuel de Reworld Média, "Pleine Vie"	34
GraphiLine – 25 avril 2023	35
La Production d'un autre magazine rapatriée en France chez Riccobono Imprimeurs	35
Les Echos : High-Tech & Medias – 27 avril 2023	36
Sous pression « Ouest-France » change pour rebondir.	36
MAI 2023	38
Caractère Web – 02 mai 2023	38
Riccobono Imprimeurs récupère le magazine « Pleine Vie »	38
Caractère Magazine N°807 mai 2023	39
Riccobono Imprimeurs récupère le magazine « Pleine Vie » Web	39
Correspondance de la Presse – 10 mai 2023	40
M. Loïc LE DEUFF, jusqu'alors directeur industriel de « La Provence », est nommé directeur du centre de presse de Midi Print	40
Les Clés de la Presse – 12 mai 2023	41
Rubrique « Talent »	41
Correspondance de la Presse – 15 mai 2023	42
Pour se rapprocher de la PQR, Riccobono Imprimeurs renforce son équipe	42
Caractère Magazine – mai 2023	43
Hélio Print dope ses flux numériques	43
Caractère Magazine – N°807 mai 2023	44
La Confrérie des compagnons de Gutenberg à Genève	44
Correspondance de la Presse – 24 mai 2023	45
Riccobono Imprimeurs devient Groupe Riccobono et redéfinit ses quatre pôles d'activité	45
GraphiLine - 24 mai 2023	46
Le Groupe Riccobono : au-delà de l'imprimerie, une palette d'activités complémentaires	46
WAN-IFRA Executive News Service - 26 mai 2023	49
Reprise de l'article de GraphiLine	49

Les Clés de la Presse – 26 mai 2023	50
Riccobono Imprimeurs change de nom pour mieux refléter la diversité de ses activités	50
GraphiLine – 29 mai 2023	51
Un nouveau directeur à l'imprimerie Midi Print du Groupe Riccobono	51
WAN-IFRA Executive News Service - 30 May 2023	53
Reprise de l'article de GraphiLine Un Nouveau Directeur à l'imprimerie Midi Print du Groupe Riccobono	53
Caractère.net – 30 mai 2023	54
Riccobono Imprimeurs change de nom	54
JUIN 2023	55
Les Echos – 8 juin 2023	55
Riccobono tente de remporter le marché de la presse en Belgique	55
DETIJD.be – 8 juin 2023	58
Un challenger français prêt à reprendre 3 300 personnes chez Bpost	58
Business AM – 8 juin 2023	61
Le groupe français Proximy défie Bpost dans la bataille pour le contrat des journaux, le challenger PPP est également en lice	61
Business AM – 9 juin 2023	63
Est-ce rationnel à l'heure du numérique ? Plus de la moitié du montant nécessaire à la distribution des journaux et des magazines est subventionné	63
DE TIJD – 9 juin 2023	66
Bpost face à la concurrence française pour un nouveau contrat de presse	66
Riccobono, en pleine croissance, se prépare à l'expansion à l'étranger de BERT BROENS	66
L'Echo.be – 9 juin 2023	67
Un troisième candidat pour disputer la concession de presse à Bpost	67
La Correspondance de la presse – 9 juin 2023	70
Le Groupe Riccobono candidat au portage de la presse en Belgique	70
LeSoir.be – 9 juin 2023	71
Le Groupe Français Proximy s'élance dans la course pour la nouvelle concession de presse	71
La Libre – 10 & 11 juin 2023	72
Concession presse : la bataille s'annonce plus serrée que prévu	72
Caractère – 12 juin 2023	73
Groupe Riccobono, candidat au portage de la presse en Belgique	73
Les Clés de la Presse – 13 juin 2023	74
Le Groupe Riccobono candidat au portage de la presse en Belgique	74
GraphiLine – 13 juin 2023	75
Le Groupe Riccobono bientôt responsable du portage de la presse en Belgique ?	75
Caractère – N°808, 809 – juin, juillet 2023	78
Riccobono Imprimeurs change de nom	78

Caractère – N°808, 809 – juin, juillet 2023	79
Midi Print, Loïc Le Deuff Directeur du Centre d’Impression	79
CBNews – 19 juin 2023	80
Empreinte carbone : MLP et Proximy s’accordent pour la livraison de leurs mêmes 600 diffuseurs Parisiens	80
Les Clés de la Presse – 20 juin 2023	81
MLP et Riccobono mutualisent la livraison des diffuseurs parisiens	81
La Correspondance de la Presse – 20 juin 2023	82
MLP confie à Proximy (Groupe Riccobono) la livraison de la presse magazine auprès des marchands de presse parisiens	82
Challenge – N°792 – 22 juin 2023	84
Brève Le Groupe Riccobono a signé avec les MLP	84
unionpresse.fr – 23 juin 2023	85
MLP et le Groupe Riccobono s’engagent dans la réduction de l’impact environnemental	85
Correspondance de la Presse – 29 juin 2023	86
VSD / Groupe Riccobono	86
Les Clés de la Presse – 30 juin 2023	87
VSD reprend l’offensive, sur le papier et le Web	87
JUILLET 2023	88
Caractère – 03 juillet 2023	88
Le magazine << VSD >> , imprimé et broché par Groupe Riccobono	88
Correspondance de la Presse – 06 juillet 2023	89
M. Fabrice VEHERT est nommé directeur du centre de presse de Nancy Print (Groupe Riccobono)	89
AOUT 2023	90
Caractère – 21 août 2023	90
Fabrice Vehert devient directeur de Nancy Print	90
Actu Environnement – 31 août 2023	91
Gagner en efficacité énergétique dans les usines : chez Hélio Print, l’eau et l’énergie sont en osmose	91
SEPTEMBRE 2023	94
Les Echos.fr – 4 septembre 2023	94
Riccobono reprend un imprimeur allemand et se pose en leader européen de l’héliogravure	94
Correspondance de la Presse – 05 septembre 2023	97
Le Groupe Riccobono acquiert l’imprimeur indépendant allemand TSB, spécialisé notamment en héliogravure	97
Les Echos – 5 septembre 2023	99
Riccobono reprend un spécialiste allemand de l’héliogravure	99

Entreprendre – 5 septembre 2023.....	100
Le Groupe Riccobono s'impose comme leader européen de l'impression en héliogravure	100
Le Figaro – 6 septembre 2023	102
Le Groupe familial Riccobono se rêve en géant européen	102
LinkedIn Philippe Larroque Rédacteur en chef au Figaro – 6 septembre 2023	103
Le Groupe familial Riccobono se rêve en géant européen	103
La Correspondance de la Presse – 6 septembre 2023	104
Le Groupe Riccobono poursuit les acquisitions pour consolider son métier d'imprimeur et accélérer sa diversification	104
Les Clés de la Presse – 8 septembre 2023	105
Le Groupe Riccobono accélère son développement international	105
Caractère – 11 septembre 2023.....	106
Le Groupe Riccobono devient le plus important imprimeur héliogravure en Europe	106
Euwid – 11 septembre 2023.....	107
Interview : Reprise de Tiefdruck Schwann-Bagel (TSB) par le groupe Riccobono	107
Print.de – 12 septembre 2023	109
Riccobono reprend le groupe allemand d'héliogravure TSB	109
Graphiline.com – 13 septembre 2023	111
Riccobono reprend le groupe allemand d'héliogravure TSB	111
Transaction – N°1755 – Septembre 2023	113
Pour se rapprocher de la PQR, Riccobono Imprimeurs renforce son équipe	113
Transaction N°1755 – Septembre 2023	114
Riccobono Imprimeurs change de nom	114
OCTOBRE 2023.....	115
Caractère - 01 octobre 2023.....	115
L'imprimerie allemande TSB rejoint le Groupe Riccobono	115
Télégrammes – 02 octobre 2023	116
Lenglet Imprimeur rafle l'impression du Mag	116
Printweek – 02 octobre 2023	117
Un groupe français à la première place européenne de l'héliogravure	117
Le Figaro – 05 octobre 2023	118
« La Tribune Dimanche » se lance ce week-end	118
La Correspondance de la Presse – 6 octobre 2023	119
« Nous voulons positionner « La Tribune Dimanche » comme l'hebdomadaire du premier jour, pas un journal qui rumine sur ce qu'il s'est passé mais au contraire qui donne de la respiration et de la vision aux lecteurs » affirme son président Jean-Christophe TORTORA. « La Tribune Dimanche » imprimé chez Riccobono et à « La Provence »	119
Caractère - 09 octobre 2023.....	122
Premier numéro de « La Tribune Dimanche » imprimé par l'Imprimerie	122

Le Grand Parisien - 10 octobre 2023	123
Un centre de formation dans l'imprimerie Hélio Print	123
La Marne - 10 octobre 2023	124
Révo, un partenaire essentiel dans le canton pour les futurs employeurs	124
Le Monde - 12 octobre 2023	125
Pour son deuxième numéro, « La Tribune dimanche » augmente son tirage	125
The Media Leader FR - 13 octobre 2023	128
Le prochain numéro de La Tribune Dimanche sera tiré à 130 000 exemplaires	128
La Correspondance de la Presse - 16 octobre 2023	130
« La Tribune Dimanche », qui était jusqu'alors imprimée par Riccobono et La Provence, confie l'intégralité de ses tirages au groupe Riccobono »	130
Les Clés de la Presse - 17 octobre 2023	131
« En bref »	131
Les Clés de la Presse - 20 octobre 2023	132
« Riccobono se dote d'un laboratoire de recherche et développement »	132
La Correspondance de la Presse - 20 octobre 2023	133
« Le Groupe Riccobono crée une cellule interne consacrée à la recherche et au développement dirigée par M.camille HOARAU, directeur industriel du groupe»	133
La Correspondance de la Presse - 20 octobre 2023	134
« Groupe Riccobono / M. Guillaume RICCOBONO »	134
Graphiline.com – 24 octobre 2023	135
Savoir-faire / Riccobono réalise une couverture surgrammée du New York Times	135
NOVEMBRE 2023	138
Graphiline.com – 03 novembre 2023	138
Le Groupe Riccobono ouvre son laboratoire de recherche et développement	138
La Voix du Nord – 03 novembre 2023	140
Un Bâtiment effondré à l'Imprimerie Lenglet, 90 salariés à l'arrêt	140
Caractère – novembre 2023	141
Points de vue	141
Caractère – novembre 2023	142
Lenglet imprimeurs rafle l'impression du mag	142
Caractère – novembre 2023	143
La Consolidation du marché de l'hélio en Europe se poursuit	143
DECEMBRE 2023	146
Les Clés de la Presse – décembre 2023	146
Le nouveau visage de Riccobono	146

Caractère – décembre 2023	148
Classement des 481 premières entreprises dont l'activité principale est l'imprimerie, le routage ou la finition	148
Les Clés de la Presse – décembre 2023	150
Extrait de l'interview de Jean-Clément Texier « Un millésime en trompe-l'œil » Le Classement des 50 premiers éditeurs de presse français	150

Janvier 2023

**Caractère – 09 janvier 2023**

Riccobono Imprimeurs rafle le nouvel hebdo de la presse régionale

Riccobono Imprimeurs rafle le nouvel hebdo de la presse régionale

lundi, 09 janvier 2023 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Le nouveau magazine télé *Diverto* est arrivé, dès ce 6 janvier 2023, dans les kiosques. Aujourd'hui, 53 journaux de presse quotidienne régionale ont décidé de le distribuer comme supplément de leur quotidien. Né de l'initiative de six éditeurs de presse quotidienne régionale (Centre France, Ebra, Rossel, Sipa-Ouest-France, Sud-Ouest et La Dépêche du Midi), ce nouveau titre hebdomadaire propose les traditionnels programmes télé, mais aussi des sélections de programmes des plateformes de VOD américaines ou françaises, et plus généralement l'actualité du divertissement liée aux écrans. Il entend redéfinir les codes du programme télé. Distribué à près de 3,2 millions d'exemplaires dès son premier numéro, *Diverto* est un magazine imprimé de plus de 80 pages, dont la production est assurée par Riccobono Imprimeurs. Ses deux usines hélios, Hélios Print (Mary-sur-Marne, 77) et Lenglet Imprimeurs (Raillencourt-Sainte-Olle, 59), impriment 3,59 millions d'exemplaires de cahiers intérieurs en héliogravure. En ce qui concerne la couverture, elle est imprimée par Hélios Print en offset (3,144 millions d'exemplaires) et se décline dans 39 versions différentes. Le site HP Brochage (Mary-sur-Marne) va réaliser 1,5 million d'exemplaires brochés par numéro pour le compte de plusieurs éditeurs de PQR. Rappelons que Riccobono Imprimeurs est le leader français de l'impression de quotidiens nationaux, son activité historique. Celle-ci représente désormais un tiers de ses activités, le groupe ayant développé l'impression de magazines, le brochage-routage, ainsi que la distribution et le portage.

Les Clés de la Presse – 10 janvier 2023

Diverto imprimé et broché chez Riccobono

Diverto imprimé et broché chez Riccobono

 Devant la nécessité d'imprimer 3,6 millions d'exemplaires chaque semaine, *Diverto* a logiquement fait appel à Riccobono imprimeurs, qui mobilise deux sites pour assurer la prestation. Hélioprint (à Mary-sur-Marne) et Lenglet imprimeurs (à Raillencourt-Sainte-Olle) impriment 3,59 millions d'exemplaires de cahiers intérieurs en héliogravure, et 3,144 millions de couvertures (comportant 39 versions différentes). *Diverto* lui a également confié une partie de l'activité de brochage (1,5 million d'exemplaires sur le site HP brochage à Mary-sur-Marne).

La

Correspondance de la Presse

Correspondance de la Presse – 10 janvier 2023

Le Groupe Riccobono mobilise ses deux sites héliogravure pour l'impression de « Diverto »

Le groupe Riccobono mobilise ses deux sites héliogravure pour l'impression de "Diverto"

Ainsi que nous l'annoncions (cf. CP du 22/09/2022), "Diverto", le nouveau magazine hebdomadaire de loisirs et télévision de la presse régionale est imprimé et broché par le groupe Riccobono Imprimeurs.

Pour le compte de "Diverto", le groupe Riccobono imprime 3 590 000 exemplaires de cahiers intérieurs en héliogravure sur ses deux sites héliogravure, Hélio Print à Mary-sur-Marne (77) et Lenglet Imprimeurs à Raillencourt-Sainte-Olle (59).

Toujours sur le centre d'Hélio Print, sont imprimés en Offset, 3 144 000 exemplaires de couvertures comprenant 39 versions différentes.

"Diverto" a également confié l'activité de brochage au groupe Riccobono Imprimeurs sur le site HP Brochage à Mary-sur-Marne (77) ou 1 500 000 d'exemplaires sont brochés par numéro, répartis pour le compte de plusieurs éditeurs de PQR, les principaux étant Ouest France, Le Télégramme, La Voix du Nord, la NRCO, L'Union, etc.

Rappelons que "Diverto" a été lancé ce vendredi 6 janvier 2023 à l'initiative de six éditeurs de presse quotidienne régionale, Centre France, EBRA, Rossel, Sipa Ouest-France et Sud-Ouest, rejoints depuis par La Dépêche du Midi. A date, 53 journaux de presse quotidienne régionale ont décidé le distribuer comme supplément de leur quotidien. Pour son premier numéro, le titre, qui comprenait 92 pages, a été distribué à près de 3,2 millions d'exemplaires. Rappelons que Mme Isabel DELANOY est directrice industrielle de "Diverto".

De son côté, "TV Magazine", qui annonce une diffusion de 530 000 ex. / semaine, est imprimé par Maury Imprimeur. Le titre est porté par "Le Figaro" et "Le Parisien".





Caractère – 16 janvier 2023

L'impression de la PQN se réorganise dans le Sud de la France

L'impression de la PQN se réorganise dans le Sud de la France

lundi, 16 janvier 2023 | Auteur La rédaction | Actualités

LES QUOTIDIENS « LE MONDE » ET « LES ÉCHOS » SONT DORÉNAVANT IMPRIMÉS CHEZ MIDI PRINT, UN DES CENTRES D'IMPRESSION APPARTENANT À RICCOBONO IMPRIMEURS.

Les groupes Les Échos - Le Parisien et Le Monde ont décidé de transférer l'impression de leur titre sur le site Midi Print, situé à Gallargues-le-Montueux (30). Les Échos et Le Monde étaient auparavant imprimés à l'usine de Midi Libre à Saint-Jean-de-Védas (34). Ces deux titres rejoignent ainsi les autres quotidiens imprimés à Gallargues-le-Montueux : *Le Figaro*, *L'Équipe*, *Libération*, *La Croix*, *Paris Turf*, *Aujourd'hui en France*, *Le Parisien*, *Le Canard enchaîné*, *20 Minutes* et *International New York Times*.

Pour le Nord de la France, *Les Échos* et *Le Monde* sont déjà produits par Riccobono Imprimeurs à L'Imprimerie, à Tremblay-en-France (93), avec des machines waterless. « *Midi Print devient donc le site incontournable de la presse quotidienne nationale traitant la zone géographique allant de Bordeaux à Lyon et pour l'ensemble du sud de l'Hexagone* », a estimé le groupe dans un communiqué.

Bien équipée, Midi Print dispose de rotatives offset coldset sans sécheur qui ont encore récemment été complétées par un système de densité automatique. Ce site a également fait l'objet en 2022 d'une complète modernisation de sa salle d'expédition en supprimant l'usage du film plastique pour le traitement des abonnés en le remplaçant par un système de pose d'étiquettes.

Avec la suppression du film plastique, le service interne de R&D de Riccobono Imprimeurs a mis en place huit solutions qui ont fait l'objet de longs travaux de recherche, ainsi que de dépôts de brevets à l'INPI. « *Les solutions vont dans le sens de l'écologie et du respect des réglementations environnementales de la loi Agec, et permettent d'augmenter l'automatisation des processus de routage* », a commenté le groupe. L'impression de quotidiens représente désormais un tiers de son activité, le reste étant réalisé dans l'impression de magazines, le brochage-routage, ainsi que la distribution et le portage.

Les Clés de la Presse – 17 janvier 2023

Rubrique « En Bref »

En bref

Les Echos-le Parisien et le groupe le Monde transfèrent l'impression de leur titre sur le site Midi print (groupe Riccobono) situé à Gallargues (dans le Gard), pour la région sud (comme le Figaro, l'Equipe, Libération, la Croix, Paris turf, Aujourd'hui, le Parisien, le Canard enchainé, 20 minutes et International New York times). Ils étaient imprimés jusque-là chez Midi libre. Pour le nord de la France, les Echos et le Monde sont déjà produits par Riccobono imprimeurs à Tremblay-en-France.

La

Correspondance de la Presse

Correspondance de la Presse – 17 janvier 2023

Le Groupe Les Echos-Le Parisien et le Groupe Le Monde transfèrent l'impression de leur titre sur le site Midi Print de Riccobono Imprimeurs, situé dans le Gard

Mardi 17 janvier 2023 ♦ page 14

Correspondance de la Presse

Le Groupe Les Echos-Le Parisien et le Groupe Le Monde transfèrent l'impression de leur titre sur le site Midi Print de Riccobono Imprimeurs, situé dans le Gard

Le Groupe Les Echos-Le Parisien et le Groupe Le Monde ont transféré l'impression de leur titre sur le site Midi Print de Riccobono Imprimeurs, situé à Gallargues-Le-Montueux dans le Gard.

Les deux titres étaient auparavant tirés à l'Imprimerie du Midi, appartenant au groupe Midi-Libre La Dépêche, située à Saint-Jean de Védas, dans l'Hérault.

Les deux titres nationaux rejoignent les autres quotidiens imprimés à Gallargues : "Le Figaro", "L'Equipe", "Libération", "La Croix", "Paris Turf", "Aujourd'hui, Le Parisien", "Le Canard enchaîné", "20 Minutes" et "International New York Times".

Pour le nord de la France, "Les Echos" et "Le Monde" sont déjà produits par Riccobono Imprimeurs sur son centre Waterless de L'Imprimerie à Tremblay-en-France (Seine-Saint-Denis).

Midi Print traite la zone géographique de Bordeaux à Lyon, pour l'ensemble du sud de l'hexagone. Le centre, qui dispose d'outils en matière d'impression Offset Coldset sans sécheur, a fait l'objet en 2022 d'une modernisation de sa salle d'expédition en supprimant l'usage du film plastique pour le traitement des abonnés en le remplaçant par un système de pose d'étiquette.



Février 2023

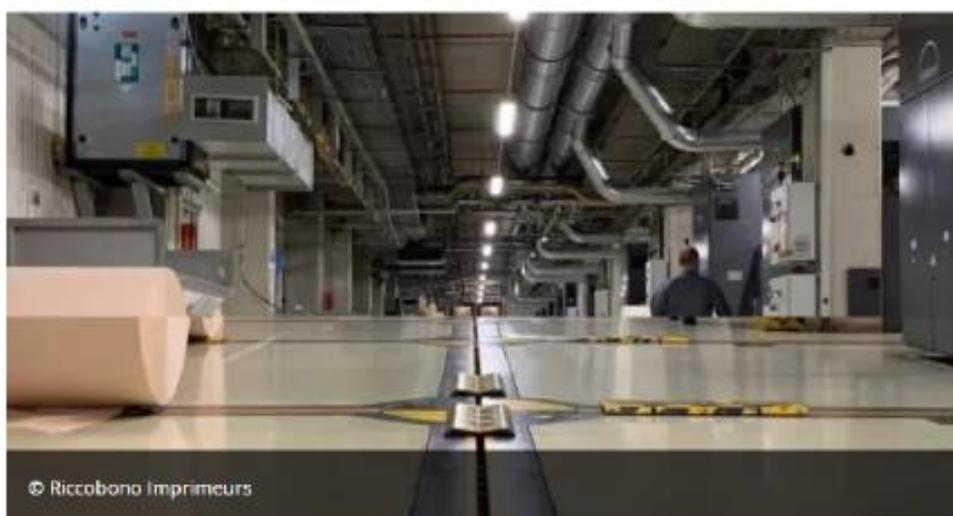


Graphiline – 03 février 2023

Nouveau contrat pour Riccobono Imprimeurs

WAN-IFRA Executive News Service – 06 février 2023 Article de GraphiLine repris

Nouveau contrat pour Riccobono Imprimeurs



© Riccobono Imprimeurs

Riccobono Imprimeurs récupère l'impression de deux quotidiens nationaux réalisée auparavant à l'imprimerie du Midi Libre.



Faustine Loison

Publié le 03-02-2023

Écoutez cet article



Riccobono Imprimeurs imprime désormais toute l'impression décentralisée du *Monde* et des *Echos*. Le groupe qui compte 13 imprimeries a récupéré le contrat de ces titres réalisés jusqu'à présent sur le site de Midi Libre dans l'Hérault. Désormais, le tirage de ces quotidiens qui représente 175 000 exemplaires par semaine est produit à Midi Print situé à Gallargues-Le-Montueux dans le Gard. En décembre dernier, la direction du Midi Libre avait annoncé la réduction de ses effectifs.

Pour le reste de la France (hors Paris), ces deux journaux sont déjà produits par Riccobono Imprimeurs à L'Imprimerie du nord (IDN), située en Seine-Saint-Denis à Tremblay-en-France et spécialisée dans l'offset waterless.

Avec ce transfert, les deux quotidiens nationaux du Groupe Les Echos - *Le Parisien* et du Groupe Le Monde rejoignent la longue liste de titres imprimés à Gallargues (*Le Figaro*, *L'Équipe*, *Libération*, *La Croix*, *Paris Turf*, *Aujourd'hui*, *Le Parisien*, *Le Canard enchaîné*, *20 Minutes* et *International New York Times*). "Midi Print devient donc le site incontournable de la presse quotidienne nationale traitant la zone géographique de Bordeaux à Lyon et pour l'ensemble du sud de l'Hexagone" souligne le groupe.

L'imprimerie Midi Print est équipée en presses d'impression offset coldset sans sécheur, récemment été complété par un système de densité automatique. En 2022, Riccobono Imprimeurs a investi dans la salle d'expédition de l'imprimerie afin de supprimer l'utilisation du film plastique pour l'envoi des journaux aux abonnés en le remplaçant par la pose d'étiquettes. Ce changement répond à la loi Agec et permet d'augmenter l'automatisation des processus de routage.

Aujourd'hui l'impression des quotidiens représente pour le groupe Riccobono qui possède 13 sites de production un tiers de ses activités, le reste étant l'impression de magazines, du brochage-routage, de la distribution et du portage.

Plus d'articles sur les chaînes :

Presse quotidienne

Midi Libre

Riccobono Imprimeurs



Caractère – 06 février 2023

Presse magazine : Prisma Media rapatriée en France la Production de quatre titres »

Presse magazine : Prisma Media rapatriée en France la production de quatre titres

lundi, 06 février 2023 | Auteur La rédaction | Actualités

LE GROUPE DE PRESSE A CHOISI DE CONFIER À RICCOBONO IMPRIMEURS SES TROIS TITRES TÉLÉ ET LE MAGAZINE FEMME ACTUELLE.

Riccobono Imprimeurs a décidément le vent en poupe auprès des éditeurs. Après avoir décroché l'essentiel du marché de Diverto, le nouvel hebdo de la presse régionale, l'imprimeur vient de prendre de nouvelles parts de marché.

Dans le cadre d'une démarche RSE visant notamment à diminuer son empreinte carbone, Prisma Media a décidé de rapatrier en France l'impression des titres *Femme Actuelle*, *Télé Grandes Chaînes*, *Télé 2 semaines* et *Télé Loisirs* au sein des centres de production du groupe Riccobono Imprimeurs. Ces quatre titres étaient jusqu'alors imprimés en Allemagne par le Groupe Bertelsmann, qui a réduit considérablement ses capacités de production, notamment en héliogravure (lire l'article <https://www.caractere.net>).

Également, la distance des sites de production allemands rendait difficile la maîtrise des délais.

Prisma Media a trouvé dans le groupe Riccobono Imprimeurs une solution globale d'impression à travers le site d'héliogravure de Lenglet Imprimeurs (à Raillencourt-Sainte-Olle, 59), le site offset et héliogravure d'Hélio Print (à Mary-sur-Marne, 77), le site offset de News Print (à Lieusaint, 77).

Prisma Media a également confié l'activité de brochage de ces titres à Riccobono Imprimeurs via les sites HP Brochage (à Mary-sur-Marne, 77) et France Routage (à Bussy-Saint-Georges, 77), et de routage-portage aux sites France Routage et Proximy (à Stains, 93), ce qui procure une synergie et une grande réactivité. La proximité des sites avec le distributeur MLP pour la vente au numéro et son site France Routage pour le traitement des abonnées ont été des atouts majeurs dans le choix de son prestataire.

Afin de répondre à l'afflux de nouveaux volumes, Riccobono Imprimeurs a investi dans de nouveaux outils de production : deux encarteuses-piqueuses (Müller Martini Tempo) et un système Easysert, installé sur une Ferag Unidrum (système de jet d'encarts) chez HP Brochage, ce qui a permis l'augmentation de la capacité de finition.

Les hebdomadaires *Télé Loisirs* et *Femme Actuelle* représentent des tirages respectifs de 550 000 et 380 000 exemplaires et ceux des bimensuels *Télé 2 semaines* et *Télé Loisirs* oscillent entre 550 000 et 600 000 exemplaires. Les cahiers intérieurs sont imprimés en héliogravure, par Hélio Print et Lenglet Imprimeurs, ou en offset, par News Print. Les couvertures des quatre titres sont imprimées, en offset, sur le site Hélio Print.

Les Clés de la Presse – 7 février 2023

Prisma média rapatrie l'impression de certains magazines en France chez Riccobono

Prisma média rapatrie l'impression de certains magazines en France chez Riccobono

 C'est la fin d'une époque pour Prisma média. Le groupe, désormais filiale de Vivendi, a choisi de rapatrier en France l'impression de *Femme actuelle*, *Télé grandes chaînes*, *Télé 2 semaines* et *Télé loisirs* au sein des centres de production du groupe Riccobono. Ils étaient jusque-là imprimés en Allemagne. Ce contrat porte sur l'impression de plus de 2 millions d'exemplaires (tirage de 550 000 exemplaires pour *Femme actuelle*, 380 000 exemplaires pour *Télé grandes chaînes*, 550 000 exemplaires pour *Télé 2 semaines* et 600 000 exemplaires pour *Télé loisirs*). Prisma média a également confié les activités de brochage et de routage à Riccobono.

La

Correspondance de la Presse

Correspondance de la Presse – 7 février 2023

Prisma Media (Vivendi) rapatrie en France l'impression de plusieurs titres ("Femme Actuelle" ou "Télé Grandes Chaînes") au sein des centres de production du Groupe Riccobono Imprimeurs

Prisma Media (Vivendi) rapatrie en France l'impression de plusieurs titres ("Femme Actuelle" ou "Télé Grandes Chaînes") au sein des centres de production du Groupe Riccobono Imprimeurs

Prisma Media, filiale de Vivendi, rapatrie l'impression de plusieurs de ses magazines de l'Allemagne vers la France.

Rappelons que Prisma Media était jusqu'en avril 2021, la filiale du groupe de médias allemand Bertelsmann.

L'impression des titres "Femme Actuelle", "Télé Grandes Chaînes", "Télé 2 Semaines" et "Télé Loisirs" sera désormais réalisée au sein des centres de production du Groupe Riccobono Imprimeurs. Ces quatre titres étaient jusqu'alors imprimés en l'Allemagne, par le groupe Bertelsmann, Prinovis & Mohn Media, qui organise une réduction de ses capacités de production.

Le Groupe Riccobono Imprimeurs a précisé dans un communiqué de presse proposer "une solution globale d'impression de brochage et de routage" sur les sites d'héliogravure de Lenglet Imprimeurs à Raillencourt-Sainte-Olle (59, département du Nord), sur le site offset et héliogravure Hélio Print de Mary-sur-Marne (77 Seine-et-Marne), sur site offset de Newsprint à Lieusaint (77 Seine-et-Marne) ainsi que sur le site de France Routage à Bussy-Saint-Georges (77 Seine-et-Marne).

Prisma Média a également confié l'activité de brochage au Groupe Riccobono Imprimeurs sur les sites HP Brochage à Mary-sur-Marne et France Routage, et de routage – portage aux sites France Routage et Proximy à Stains (93 Ile de France).

Les hebdomadaires "Télé Loisirs" et "Femme Actuelle" représentent des tirages de 550 000 et 380 000 exemplaires. Les bimensuels "Télé 2 Semaines" et "Télé Loisirs" sont tirés à 550 000 et 600 000 exemplaires.

Challenge^s

L'économie de demain est l'affaire de tous

Challenges – 9 février 2023

N°779 Médias

▼

Médias

Par Thuy-Diep Nguyen

»

Bernard Corre (Fides) et Joanna Rousselet (Abitbol & Rousselet) se sont vu confier la liquidation judiciaire de l'hebdomadaire *VSD*.

TF1, M6 et France Télévisions, les actionnaires de **Salto**, se sont engagés devant les élus à « faire des efforts » pour rapatrier et proposer des postes à la quarantaine de salariés directs de la plateforme. L'espagnol Agile, seul espoir et candidat à la reprise, n'a pas fait d'offre.

Indigo Publications a gagné son pari numérique

Quentin Botbol a relevé avec succès le défi des lettres confidentielles inventées quarante ans plus tôt par son père, l'ancien journaliste Maurice Botbol. En 2018, le nouveau directeur général et actionnaire majoritaire d'Indigo Publications, ingénieur de formation, a transformé *La Lettre A*, un PDF hebdomadaire, en quotidien numérique. « *Un*

Prisma Media, propriété de Vivendi, rapatriée en France l'essentiel de l'impression de ses magazines, délocalisée jusqu'alors en Allemagne. A ce titre, **Riccobono Imprimeur** va récupérer celles de *Femme actuelle*, *Télé Loisirs* et *TV Grandes Chaînes*.

Online décrypte les opérations du renseignement partout dans le monde, quand *Africa Intelligence* décortique les réseaux d'influence sur ce continent. Les enquêtes sont souvent explosives, telle celle sur les grands donateurs d'En Marche! s'appuyant sur les données piratées des Macron Leaks, en 2017. En témoignent aussi 16 procès en



GraphiLine.com - 13 février 2023

Prisma Media rapatrie l'impression de quatre magazines en France

Prisma Media rapatrie l'impression de quatre magazines en France



La chute de l'activité héliographe de l'Allemand Bertelsmann profite au Français Riccobono Imprimeurs.



Faustine Loison
Publié le 13-02-2023

Écoutez cet article

▶ 0:00 / 2:22 — 🔊 ⋮

Bonne nouvelle pour l'industrie française. L'éditeur Prisma Media, l'un des leaders de la presse magazine en France avec ses 21 titres, rapatrie l'impression de quatre de ses magazines dans l'Hexagone. Jusqu'à présent produits en Allemagne par le Groupe Bertelsmann qui réduit ses effectifs, *Femme Actuelle*, *Télé Grandes Chaines*, *Télé 2 Semaines* et *Télé Loisirs* vont désormais sortir des centres de production du Groupe Riccobono Imprimeurs.

L'éditeur appartenant à Vivendi justifie cette décision par le fait de répondre à "une démarche RSE", et une "diminution de son bilan carbone". "Également, la distance des sites de production allemands rendait difficile la maîtrise des délais."

Groupe Riccobono Imprimeurs récupère ainsi respectivement l'impression de 550 000 et 380 000 exemplaires des hebdomadaires *Télé Loisirs* et *Femme Actuelle* et de 550 000 et 600 000 exemplaires des bimensuels *Télé 2 Semaines* et *Télé Loisirs*.

Les cahiers intérieurs sont imprimés en héliogravure à l'imprimerie Hélio Print située à Mary-sur-Marne en Seine-et-Marne et à Lenglet Imprimeurs, à Raillencourt-Sainte-Olle dans le département du Nord, ou en offset à Newsprint installé à Lieusaint en Seine-et-Marne. Les couvertures des quatre titres sont imprimées à Hélio Print en offset.

Riccobono Imprimeurs s'est également vu confier le brochage, qui est réalisé sur les sites HP Brochage à Mary-sur-Marne en Seine-et-Marne et France Routage à Bussy-Saint-Georges également en Seine-et-Marne, et le routage portage avec France Routage et Proximity à Stains en Seine-Saint-Denis.

Récemment, le groupe qui comprend 13 Imprimeries a également gagné un autre contrat. Depuis le début d'année, Riccobono Imprimeurs imprime le tirage des quotidiens *Monde* et *Les Echos* réalisés jusqu'à présent sur le site de Midi Libre dans l'Hérault, représentant 175 000 exemplaires par semaine.

La Lettre A – 14 février 2023

Le Monde passe chez Riccobono

Le Monde passe chez Riccobono

Jusqu'ici imprimé par le **Groupe La Dépêche du Midi**, *Le Monde* vient pourtant de confier son impression pour le sud de la France à **Riccobono Imprimeurs** à Gallargues-le-Montueux, le concurrent direct de la future imprimerie de *La Provence* et *Nice Matin*. Un choix qui n'a pas contribué à rassurer les ouvriers du livre à Nice et Marseille.

Le calendrier est par ailleurs serré. Les salariés du Groupe La Provence devront avoir libéré au 30 décembre 2024 leur siège historique de l'avenue Roger-Salengro, dans le 15^e arrondissement de Marseille, vendu au promoteur **Altarea Cogedim**. Impossible, donc, pour le centre d'impression de Cannet-des-Maures, de ne pas être fonctionnel à cette date.

Alexandre Berteau, Antoine Cariou



La Tribune du Réseau Presse – février 2023

Territoires Beauvais, Dépositaire, Le géant de l'Oise

Territoires Beauvais Dépositaire Le géant de l'Oise

Le dépôt de Beauvais a été racheté en novembre dernier par Riccobono Imprimeurs, le numéro un français de l'impression de quotidiens nationaux. Pourquoi un industriel de la filière s'intéresse-t-il à la distribution de la presse en vente au numéro ? Éléments de réponse.



Jérôme Mancellon.

En janvier 2022, Riccobono Imprimeurs a mis la main sur Proximy, le réseau de portage de presse du groupe Les Échos-Le Parisien, détenu jusqu'alors à 75 % par *Le Parisien* et à 25 % par Viapost, filiale de La Poste. Proximy, première société de portage en Île-de-France et dans l'Oise, collabore alors avec tous les quotidiens nationaux et une quarantaine de magazines. Chaque jour, cela représente plus de 140 000 exemplaires livrés et 900 tournées pour 180 000 adresses desservies. Par ailleurs, la société exerce un rôle de messagerie avec la livraison de 4 000 points de vente pour le compte du *Parisien*, quotidien le plus vendu au numéro sur la région Oise. En 2020, Proximy réalisait un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros et employait 1 600 salariés.

Un an plus tard, la fusion a fait grossir les chiffres : le géant Riccobono, 100 % détenteur de la société, et sa filiale Proximy affichent un chiffre d'affaires de 250 millions d'euros et pas moins de 2 800 employés dont 1 500 porteurs. « Le bilan de ce rachat, c'est avant tout une très belle opportunité pour nous, assure Jérôme Mancellon, directeur général de Proximy. Cela nous a permis de renforcer notre position. Nous avons mutualisé nos forces. Je connais très bien Guillaume Riccobono, le P-DG de Riccobono Imprimeurs. Nos relations sont très bonnes. Nous partageons la même ambition, nous croyons tous les deux à notre projet. Cette année a été riche, avec, entre autres, la reprise des activités de portage du Figaro Service, qui représente environ 10 millions d'exemplaires distribués dans l'année, et l'acquisition des sociétés France Routage et Sodicom. À quoi s'est ajouté, en

novembre, le rachat du dépôt de presse de Beauvais sur le site de Fitz-James. Ce dépôt, Proximy Oise Diffusion, est un laboratoire car la situation géographique, au croisement des diagonales départementales de l'Oise, est ultra-stratégique. »

Répondre aux attentes des éditeurs et des marchands

Avec des rachats successifs (*lire encadré ci-dessous*), la société Proximy a pu trouver des solutions pertinentes pour faire face aux épreuves et assurer son avenir. « Depuis toujours nous faisons un gros travail d'optimisation pour être encore plus performants et en adéquation avec les modifications, les évolutions du métier, précise Jérôme Mancellon. Depuis les années 1980, nous nous sommes construits avec le groupe *Le Parisien*. En 2007, la société a développé son offre multtitres pour d'autres éditeurs. Si tout est accordé en priorité aux titres porteurs, en ajouter d'autres permet d'augmenter évidemment les marges. Le rachat par Riccobono était une opportunité commune : Riccobono est un acteur bien implanté et nous lui apportons de la plus-value. »

La mutualisation de leurs compétences permet à Riccobono Imprimeurs de répondre aux attentes des éditeurs mais éga-

Proximy en quelques dates

- 1988.** Création de Promogedis, filiale du *Parisien*. Le journal diversifie ses canaux de vente et de livraison.
- 1999.** Création du *Parisien Dimanche*. Promogedis développe son offre en créant un service de livraison le dimanche.
- 2001.** Promogedis devient SDVP (Société de Distribution et de Vente du *Parisien*). *Le Parisien* se sépare des NMPP. Le journal contrôle son réseau de distribution, développe ses ventes et crée de nouveaux points de vente.
- 2014.** SDVP et Neopress (filiale du groupe La Poste) fusionnent et Proximy voit le jour. La Poste est actionnaire à 25 % tandis que *Le Parisien* détient 75 % de la société. Proximy acquiert Média Presse, spécialisée dans la livraison de jour.
- 2015.** LVMH rachète *Le Parisien*, sa régie publicitaire et ses sociétés de vente et de distribution. Naît alors le groupe Les Échos-Le Parisien dont Proximy est une filiale.
- 2022.** Riccobono acquiert Proximy et Média Presse.

Territoires Beauvais

lement des marchands et de leur offrir, selon les propos de Guillaume Riccobono à l'AFP, « une prestation globale et pérenne. Nous nous inscrivons comme un véritable partenaire pour les éditeurs de presse. Le rapprochement avec Proximy consolide cette stratégie de l'offre la plus complète. » Pour Jérôme Mancellon : « Les éditeurs ont des problèmes avec le prix du papier qui a quasi doublé ces dernières années. En nous positionnant comme partenaire, nous optimisons notre distribution dans l'intérêt de tous. Nous nous engageons également sur la question de la RSE, sur les enjeux du développement durable, notre empreinte carbone pour faire court. Nous travaillons sur une meilleure traçabilité, sur de meilleurs ratios. Les éditeurs veulent une qualité de service. Quant aux marchands, nous sommes là pour leur faciliter la vie car nous avons

Proximy Oise Diffusion

La dépôt de Beauvais fait partie du périmètre de la délégation Culture Presse Nord-Ouest. Il compte 106 points de vente dont 50 marchands de presse et 32 points de vente complémentaires. Parmi eux, 53 ont une activité tabac, 42 une activité bar et 16 une activité librairie papeterie.

conscience de la pénibilité, de la complexité du métier. Nous souhaitons être une solution pour tous les acteurs du réseau presse. Nous sommes une société indépendante, qui n'est liée à aucun éditeur. Nous nous sentons un peu comme un porte-voix de la profession. »

« Nous nous battons ensemble »

D'un côté, deux grands groupes – Riccobono et Proximy – s'associent, investissent et ont foi en la presse quand, de l'autre, celle-ci traverse une crise sans fin avec des dépôts qui ferment les uns après les autres sur le territoire national. Une situation paradoxale ? « La distribution de la presse est un enjeu important, tout comme le portage, répond Jérôme Mancellon. On a entendu récemment que La Poste allait réduire le nombre de ses tournées. Nous, nous maintiendrons toujours et encore la distribution 7 jours sur 7. Il faut que nos politiques aident le secteur, à tous les niveaux, c'est un enjeu démocratique. Nous devons résister à la tendance inflationniste. Les dépôts qui ferment, les chiffres d'affaires qui baissent, les concentrations, les regroupements, les ventes qui chutent sans cesse... : notre fusion prouve que nos métiers cherchent à changer, à évoluer, à freiner la décroissance. Tout le monde se bat. Ce n'est pas simple mais nous nous battons ensemble. »

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse – 27 février 2023

Distribution de la presse : parution du décret mettant en place l'aide à l'exemplaire posté ou porté

Distribution de la presse : parution du décret mettant en place l'aide à l'exemplaire posté ou porté

Après plusieurs mois de négociation, les éditeurs de presse, La Poste, l'Arcep, le ministère de la Culture et celui de l'Economie, des Finances et de la Relance ont signé en février 2022 un protocole d'accord relatif au transport postal de la presse il y a un an (cf. CP du 15/02/2022) pour les années 2022 à 2026. Ce protocole n'a pas pu être mise en œuvre immédiatement, le régime d'aide aux éditeurs de presse résultant des termes de l'accord devant être préalablement notifié à la Commission européenne. Début décembre 2022, l'exécutif européen a annoncé dans un communiqué que "la Commission européenne a autorisé, en vertu des règles de l'UE en matière d'aides d'Etat, un régime français de 360,1 millions d'euros destiné à soutenir la distribution d'exemplaires de presse écrite abonnée des médias qui fournissent des informations politiques, générales ou sportives" (cf. CP du 06/12/2022).

La réforme n'aura donc pas été appliqué en 2022 et ne le sera qu'à compter de 2023 avec un an de retard.

Rappelons que la réforme repose sur deux objectifs principaux :

Il s'agit d'abord de réduire le recours à La Poste pour la presse chaude, c'est-à-dire la presse qui doit être distribuée en J + 1 (quotidiens et hebdomadaire). La réforme se donne ainsi un objectif de transfert d'un certain volume de presse du postage au portage : environ 80 millions d'exemplaires d'ici 2026. Selon le ministère, en 2020, près de 140 millions d'exemplaires de titres de presse d'information politique et générale (IPG) ont été distribués par La Poste dans des zones où opèrent avec efficacité des réseaux de portage. L'objectif serait donc atteignable.

En second lieu, il s'agit de stabiliser les tarifs postaux pour toutes les familles de presse alors que l'arbitrage gouvernemental sur les périodes précédentes (notamment après la fin des accords Schwartz de la période 2009–2015) avait maintenu des tarifs différenciés entre famille de presse IPG, non IPG et CPPAP. Depuis 2009, les tarifs postaux de la presse non-IPG ont ainsi augmenté de 78 %, contre 41 % pour la presse IPG.



Correspondance de la Presse

Pour ce faire, les deux principaux axes économiques de la réforme du transport postal de la presse sont :

- l'instauration d'une seule grille tarifaire en lieu et place des deux grilles CPPAP et CPPAP IPG : toutes les publications se verront dorénavant appliquer le tarif de service public du transport et de la distribution de la presse, soit le tarif dit "CPPAP" actualisé de la valeur de l'inflation majorée de + 1 % sur toute la période 2022-2026, avec un plancher de 1 % et un plafond de 2 %. Notons que l'accord a été signé en février 2022 alors que l'inflation applicable (hors tabac juin 2020-juin 2021) était de +1,38 % ; sur la période juin 2021-juin 2022, l'inflation a été de + 5,8 %.
- parallèlement à la suppression de la grille tarifaire postale CPPAP IPG, l'aide au portage sous sa forme actuelle est également supprimée et une aide à l'exemplaire posté ou porté réservée aux titres IPG est créé. Cette aide versée aux éditeurs sera scindée en deux parties :
 - une aide à l'exemplaire "posté", financée par redéploiement de la compensation qui était versée à La Poste et qui doit palier en tout ou partie au surcoût engendré par le passage au tarif unique et à la suppression de la grille tarifaire postale CPPAP IPG. Cette aide doit être ensuite diminuée de 15 % à compter du 1^{er} janvier 2024 pour les exemplaires distribués en zone dense afin d'inciter au basculement vers le portage,
 - et une aide à l'exemplaire "porté", stable en valeur absolue sur la période, calculée de sorte à créer une véritable incitation pour les titres à recourir au portage.

Le décret n° 2023-132 du 24 février 2023 paru au Journal officiel samedi dernier vise à assurer la mise en œuvre de l'aide à l'exemplaire dans ces deux modalités.

Bien que le montant unitaire de l'aide à l'exemplaire posté (de 0,44 € à 0,26 €) ou porté (de 0,30 € à 0,09 €) soit (cf. infra), le décret indique que l'aide est institué "dans la limite des crédits ouverts à ce titre en loi de finances". Ainsi l'article 6 du décret précise que "la répartition de l'aide entre les deux sections (NDLR. exemplaires postés ou portés) est effectuée par le directeur général des médias et des industries culturelles. Pour la seconde section (NDLR. exemplaires portés), dans le cas où les crédits disponibles au titre d'une année sont inférieurs aux montants calculés (...), les montants attribués à chaque bénéficiaire peuvent faire l'objet d'un abattement à partir d'un seuil d'exemplaires portés par publication fixés par arrêté du ministre chargé de la communication."

Sont concerné par l'aide à l'exemplaire les publications quotidiennes IPG, les publications quotidiennes apportant régulièrement des informations et des commentaires sur l'actualité de l'ensemble des disciplines sportives et les publications qualifiée de suppléments, étant précisé pour les suppléments postés qu'ils doivent être "postée de façon indépendante des écrits périodiques auxquels (ils) se rattache(nt)".

Pour bénéficier de l'aide postale, l'éditeur doit faire figurer dans la déclaration postale établie lors du dépôt de chaque parution, "le niveau de densité démographique correspondant à l'adresse de distribution de chaque objet postal" afin de permettre l'application du bon montant de l'aide entre zones peu denses et le reste du territoire. Le montant de l'aide ne peut être supérieur aux tarifs postaux unitaires supportés par l'éditeur.

Pour l'aide aux exemplaires portés, le calcul se fait sur le "nombre d'exemplaires (...) distribués par voie de portage au cours de l'année civile précédant celle de la demande d'aide". De même que pour le portage, le montant de l'aide ne peut être supérieur aux coûts supportés par l'éditeur.

Il est de plus indiqué que la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) qui instruira les dossiers de demande d'aide à l'exemplaire pour les titres de presse postés ou portés, s'assura "que les coûts éligibles ne sont pas financés par l'aide instituée par le décret du 15 décembre 2017 (NDLR, instituant une aide aux publications nationales d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires) ou par toute autre aide d'Etat".



Correspondance de la Presse

Pour pouvoir bénéficier de l'aide aux exemplaire portés, il faut que les publications de presse concernées soient "distribuées par des réseaux de portage ayant conclu avec l'Etat une convention" "garantissant son ouverture à l'ensemble des publications de presse" reconnus par la CPPAP. Un réseau de portage "est une personne morale de droit privé dont l'activité consiste à organiser, pour le compte d'un ou plusieurs éditeurs de presse, l'activité de portage de publications". Conformément à la volonté du protocole d'inciter au développement du portage multi titres, les éditeurs qui organisent leur propre portage devront donc signer une convention les engageants à ouvrir leur réseau à d'autres titres.

La réforme va être mise en œuvre alors que l'objectif de migration d'importants volumes du postage vers le portage semble aujourd'hui difficile à atteindre. En effet, les réseaux de portage doivent faire face à une augmentation importante de leurs coûts (salaires et énergie) et à des difficultés de recrutement. Les réseaux ont ainsi dû appliquer des hausses pouvant dépasser les 10% alors que les prix de la Poste ne peuvent augmenter de plus de 2% par an jusqu'en 2024.

En annexe du décret, figure les tableaux des montants des aides :

Aides aux exemplaires postés			2023	2024	2025	2026	
En communes rurales, au sens de la grille communale de densité la plus récente élaborée par l'INSEE	Barème quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires (QFRP) et quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces (QFRPA)	Titres QFRP/QFRPA	0,44 €	0,44 €	0,44 €	0,44 €	
		Titres QFRP/QFRPA dont le poids moyen est inférieur à 35 grammes	0,40 €	0,40 €	0,40 €	0,40 €	
	Barème publications d'information politique et générale (PIPG)	Titres IPG quotidiens (*)	0,30 €	0,30 €	0,30 €	0,30 €	
		Titres IPG hebdomadaires hors presse régionale	0,31 €	0,31 €	0,31 €	0,31 €	
		Titres IPG hebdomadaires de la presse régionale		0,33 €	0,33 €	0,33 €	0,33 €
				0,33 €	0,33 €	0,33 €	0,33 €
Sur le reste du territoire	Barème quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires (QFRP) et quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces (QFRPA)	Titres QFRP/QFRPA	0,44 €	0,37 €	0,37 €	0,37 €	
		Titres QFRP/QFRPA dont le poids moyen est inférieur à 35 grammes	0,40 €	0,34 €	0,34 €	0,34 €	
	Barème publications d'information politique et générale (PIPG)	Titres IPG quotidiens (*)	0,30 €	0,26 €	0,26 €	0,26 €	
		Titres IPG hebdomadaires hors presse régionale	0,31 €	0,26 €	0,26 €	0,26 €	
		Titres IPG hebdomadaires de la presse régionale		0,33 €	0,28 €	0,28 €	0,28 €
				0,33 €	0,28 €	0,28 €	0,28 €

(*) Barème applicable aux quotidiens qui apportent régulièrement des informations et des commentaires sur l'actualité de l'ensemble des disciplines sportives.

Les suppléments au sens de l'article D. 27-2 du code des postes et des communications électroniques postés de façon indépendante des écrits périodiques auxquels ils se rattachent sont éligibles à la même aide que les écrits périodiques auxquels ils se rattachent.

Le barème applicable aux communes rurales s'applique dans les territoires ne relevant pas de la grille communale de densité réalisée par l'INSEE.

Aides aux exemplaires portés	2023	2024	2025	2026
Barème quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires (QFRP) et quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces (QFRPA)	0,30 €	0,30 €	0,30 €	0,30 €
Barème quotidiens d'information politique et générale (IPG) (*)	0,04 €	0,04 €	0,04 €	0,04 €
Barème publications hebdomadaires d'information politique et générale (IPG)	0,09 €	0,09 €	0,09 €	0,09 €

(*) Barème applicable :

- aux quotidiens qui apportent régulièrement des informations et des commentaires sur l'actualité de l'ensemble des disciplines sportives ;
- aux suppléments au sens de l'article D. 27-2 du code des postes et des communications électroniques.



Mars 2023

**Caractère – mars 2023**

Riccobono récupère quatre magazines

Riccobono récupère quatre magazines

Riccobono Imprimeurs a décidément le vent en poupe auprès des éditeurs. Après avoir décroché l'essentiel du marché de *Diverto*, le nouvel hebdo de la presse régionale, l'imprimeur vient de prendre de nouvelles parts de marché. Dans le cadre d'une démarche RSE visant notamment à diminuer son empreinte carbone, Prisma Media a décidé de rapatrier en France l'impression des titres *Femme Actuelle*, *Télé Grandes Chaînes*, *Télé 2 semaines* et *Télé Loisirs* au sein des centres de production du groupe Riccobono Imprimeurs. Ces quatre titres étaient jusqu'alors imprimés en Allemagne par le Groupe Bertelsmann, qui a réduit considérablement ses capacités de production, notamment en héliogravure (lire p. 12). Également, la distance des sites de production allemands rendait difficile la maîtrise des délais, imposant des bouclages très tôt. Prisma Media a trouvé dans le groupe Riccobono Imprimeurs une solution globale d'impression à travers le site d'héliogravure de Lenglet Imprimeurs (à Raillencourt-Sainte-Olle, 59), le site offset et héliogravure d'Hélio Print (à Mary-sur-Marne, 77), ainsi que le site offset de News Print (à Lieusaint, 77). Prisma Media a également confié l'activité de brochage de ces titres à Riccobono Imprimeurs via les sites HP Brochage (à Mary-sur-Marne, 77) et France Routage (à Bussy-Saint-Georges, 77), et de routage-portage aux sites France Routage et Proximy (à Stains, 93), ce qui procure une synergie et une grande réactivité. La proximité des sites avec le distributeur MLP pour la vente au numéro et son site

France Routage pour le traitement des abonnés ont été des atouts majeurs dans le choix de son prestataire. Afin de répondre à l'afflux de nouveaux volumes, Riccobono Imprimeurs a investi dans de nouveaux outils de production : deux encarteuses-piqueuses (Müller Martini Tempo) et un système Easysert, installé sur une Ferag Unidrum (système de jet d'encarts) chez HP Brochage, ce qui a permis l'augmentation de la capacité de finition. Les hebdomadaires *Télé Loisirs* et *Femme Actuelle* représentent des tirages respectifs de 550 000 et 380 000 exemplaires et ceux des bimensuels *Télé 2 semaines* et *Télé Loisirs* oscillent entre 550 000 et 600 000 exemplaires. Les cahiers intérieurs sont imprimés en héliogravure, par Hélio Print et Lenglet Imprimeurs, ou en offset, par News Print. Les couvertures des quatre titres sont imprimées, en offset, sur le site Hélio Print.



Riccobono compte bien profiter des fermetures des usines de Prinovis en Europe pour remplir ses usines.

Avril 2023

LA LETTRE **A**

LE QUOTIDIEN DE L'INFLUENCE
ET DES POUVOIRS

La Lettre A – 4 avril 2023

Plan de relance quels journaux ont le plus bénéficié des aides de l'Etat

Plan de relance : quels journaux ont le plus bénéficié des aides de l'Etat

La Lettre A a pu consulter la liste des groupes de presse soutenus par le ministère de la culture dans le cadre du plan national de relance et de résilience. Une partie conséquente de ces aides de l'Etat est revenue à des éditeurs détenus par des milliardaires.

PDF [Liste des bénéficiaires du volet du plan de relance dédié à la presse](#)



Un kiosque presse en septembre 2022. © BELPRESS/MAXPPP

La Lettre A s'est procuré la liste des acteurs de la presse ayant bénéficié du plan national de relance et de résilience (PNRR) (voir [notre document](#)). Annoncé en septembre 2020, ce financement prévoyait un volet dédié à la presse pour l'aider à surmonter les effets de l'épidémie de **Covid-19** et des confinements. Sur l'enveloppe de 109 millions d'euros dépensée à cet effet par le ministère de la culture en 2021 et 2022, 42 millions d'euros ont été affectés au **Fonds stratégique pour le développement de la presse** (FSDP) pour soutenir des projets d'investissement en lien avec l'innovation, la productivité ou la transition écologique. Une partie significative de cette subvention est revenue à des éditeurs de presse possédés par des actionnaires aux poches profondes.

Les journaux contrôlés par **Xavier Niel** (*Le Monde, Télérama, L'Obs, France-Antilles...*) ont ainsi touché au total 6,4 millions d'euros au seul titre du FSDP. Plus de 1,8 million d'euros ont été versés aux *Echos* et au *Parisien*, dont l'actionnaire, **LVMH**, a enregistré des bénéfiques records en 2022, tandis que *Le Figaro*, détenu par **Dassault**, a perçu 1,6 million d'euros. Du côté de la presse régionale, la famille de **Jean-Michel Baylet**, propriétaire du groupe **La Dépêche du Midi**, a pour sa part pu s'appuyer sur un soutien de l'Etat à hauteur de près de 2,5 millions d'euros.

LA LETTRE A <small>LE QUOTIDIEN DE L'INFLUENCE ET DES POUVOIRS</small>		LES GRANDS ACTIONNAIRES DE LA PRESSE, PRINCIPAUX BÉNÉFICIAIRES DU PLAN DE RELANCE	
	Médias	Total des aides	
Xavier Niel*	Le Monde (958 137 €), Télérama/L'Obs (732 789 €), Courrier international (335 398 €), Le Huffington Post (51 375 €), France-Antilles (4,2 M€), Nice-Matin (117 105 €)	6 433 262 €	<small>© Indigo Publications - 2023 Source : Fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP)</small>
Famille Baylet	Groupe La Dépêche du Midi	2 471 225 €	
Fondation Varenne	La Montagne (2 M€), L'Yonne Républicaine (23 674 €)	2 045 970 €	
Bernard Arnault	Le Parisien (1,6 M€), Les Echos (196 894 €)	1 818 254 €	
Groupe Dassault	Le Figaro	1 566 138 €	
Congrégation des Augustins de l'Assomption	Bayard Presse (La Croix, Le Pèlerin...)	1 480 599 €	
Groupe Rossel	La Voix du Nord (617 610 €), 20 Minutes** (662 024 €)	1 279 634 €	
Patrick Drahi	Libération***	1 024 689 €	
François Pinault	Le Point	953 186 €	
Famille Lemoine	Sud Ouest (831 499 €), La Charente Libre (21 453 €)	852 952 €	
Arnaud Lagardère	Paris Match, Le Journal du dimanche	457 656 €	

*Xavier Niel détient 43 % du Groupe Le Monde
 **Le capital de 20 Minutes est réparti à parts égales entre le Groupe Rossel et Ouest-France
 *** Le capital de Libération est placé depuis 2020 dans un fonds de dotation

Les grands actionnaires de la presse, principaux bénéficiaires du plan de relance © Indigo Publications - 2023

Plusieurs *outsiders* apparaissent par ailleurs dans le top 20 des bénéficiaires du FSDP. La revue *Front Populaire*, cofondée par **Michel Onfray** et **Stéphane Simon** (538 000 euros), *Le Nouvel économiste* (495 000 euros), *Têtu* (472 000 euros) et la *Revue Fiduciaire* (467 000 euros) ont par exemple été davantage soutenus que *Paris Match* et le *Journal du dimanche* (458 000 euros au total).

Les imprimeries en première ligne

Certaines des aides du FSDP ont été attribuées à des projets collectifs. Une enveloppe de 4,2 millions d'euros a ainsi été versée au groupe **France-Antilles**, propriété de Xavier Niel. Elle a servi à financer 60 % d'un investissement dans une imprimerie numérique en Martinique, qui imprimera aussi *L'Equipe*, *Les Echos*, *Le Monde* et *Le Figaro*. Filiale de la **Bibliothèque nationale de France (BNF)**, **BnF-Partenariats** a perçu 3 millions d'euros pour numériser les fonds de plusieurs journaux (*Les Inrocks*, *Libération*, *Charlie Hebdo*, *Le Parisien*, *Le Télégramme*, *La Provence...*) et développer une plateforme qui leur permettra d'exploiter ces archives. L'imprimeur **Riccobono** a aussi touché 4,2 millions d'euros du FSDP, via plusieurs projets collectifs. Son site de **Paris Offset Print (POP)** a reçu 1,5 million, **Midi Print** 1,1 million, tandis que **Proximy**, sa filiale logistique, a obtenu 1,5 million.

Outre le FSDP, 36 millions d'euros ont été versés aux éditeurs de presse dans le cadre du plan de restructuration des imprimeries de la presse régionale (PRIM). Le ministère de la culture n'indique toutefois pas comment a été répartie cette aide ayant servi à financer des plans de départ. Le reste des acteurs de la filière touchés par la crise sanitaire ont, eux aussi, été soutenus. Une somme de 11,6 millions a ainsi été allouée à la modernisation des diffuseurs, 6,3 millions d'euros d'aides ont été versés à 1 474 pigistes (4 263 euros en moyenne) et 4,4 millions à des photojournalistes via la grande commande photographique confiée à la BNF par la Rue de Valois. La **Conférence des écoles de journalisme (CEJ)** a, quant à elle, reçu 490 000 euros pour l'insertion des jeunes journalistes sur le marché du travail.

Note de la rédaction : *Indigo Publications*, éditeur de *La Lettre A*, a bénéficié en 2022 de la nouvelle aide au pluralisme pour les services de presse tout en ligne qui détiennent l'agrément information politique et générale (IPG). Son montant s'est élevé à 1,16 million d'euros pour l'ensemble du groupe, au titre des années 2021 et 2022. Cette aide ne fait pas partie du plan de relance et les sommes attribuées aux sites d'information n'ont pas encore été publiées par le ministère de la culture.

Pierre Januel

© Copyright La Lettre A.
Reproduction et diffusions interdites (photocopies, intranet, web) sans autorisation écrite - 108363612,0

LA LETTRE A
LE QUOTIDIEN DE L'INFLUENCE
ET DES POUVOIRS

Publication éditée par le groupe Indigo Publications
(Paris)
Publié sur LaLettreA.fr (Commission paritaire : 1225
Y 90643)

Caractère Hebdo - 11 avril 2023

La lettre des professionnels de l'imprimé : Les télégrammes Hélio Print regroupe et optimise l'ensemble de ses flux numériques

Hélio Print regroupe et optimise l'ensemble de ses flux numériques

mardi, 11 avril 2023 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Pour assurer l'impression du magazine télé Diverto, porté par six éditeurs majeurs de la presse quotidienne régionale, Riccobono Imprimeurs a implémenté dans son usine d'Hélio Print, à Mary-sur-Marne (77), la plateforme collaborative Dalim ES. Communiquant directement avec l'ERP de l'entreprise, le système assure la prise en charge et la sécurisation des fichiers en provenance directe de l'éditeur, tout en tenant compte des instructions du service fabrication et des contraintes d'impression. La solution opère de manière totalement transparente et automatisée, de la réception des fichiers PDF jusqu'à la production des plaques imposées. « *Notre objectif principal, a expliqué* **Éric Carle**, directeur d'Hélio Print, *était d'avoir un outil moderne et tout automatisé pour regrouper l'ensemble de nos flux numériques et proposer à nos clients cette capacité à venir s'intégrer directement sur nos flux pour une meilleure transversalité et un meilleur partenariat.* » Et **Dominique Romulus**, responsable qualité des processus, de renchérir : « *Dalim ES nous a permis de diriger directement les fichiers des clients dans nos processus, d'en avoir la maîtrise et, surtout, de disposer d'un contrôle et d'une analyse complètes du fichier jusqu'au softproofing, c'est-à-dire la prévisualisation colorimétrique correcte des impressions.* » Diverto tire à plus de 3 millions d'exemplaires. Sa couverture est imprimée par Hélio Print en offset, tandis que les cahiers intérieurs le sont en hélios chez Hélio Print et Lenglet Imprimeur (59).

La

Correspondance de la Presse

Correspondance de la Presse – 25 avril 2023

Riccobono va désormais imprimer le mensuel de Reworld Média, "Pleine Vie"

Riccobono va désormais imprimer le mensuel de Reworld Média, "Pleine Vie"

Reworld Média et le Groupe Riccobono Imprimeurs ont annoncé renforcer leur partenariat. L'intégralité de la production et du routage du mensuel "Pleine vie" est désormais confiée à l'imprimeur dirigé par M. Guillaume RICCOBONO.

Le magazine à destination des jeunes seniors sera imprimé à partir du mois de mai en héliogravure dans le centre News Print à Lieusaint (Seine-et-Marne, 77) et tiré entre 250 000 et 300 000 exemplaires. Le mensuel comprend une pagination de 136 à 160 pages.

"Pleine Vie" a parallèlement confié le façonnage et le routage de plus de 200 000 abonnés au centre France Routage du Groupe Riccobono basé à Bussy Saint Georges (Seine-et-Marne, 77).

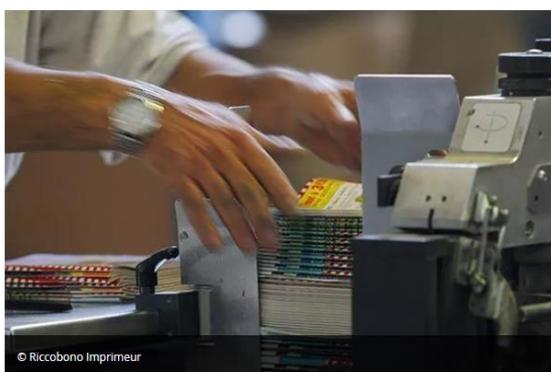
Par ailleurs, Reworld Média a également confié au Groupe Riccobono la production du titre TV hebdomadaire "TéléStar", pour lequel il intervient de la même manière sur l'ensemble de la chaîne graphique.



GraphiLine – 25 avril 2023

La Production d'un autre magazine rapatriée en France chez Riccobono Imprimeurs

La production d'un autre magazine rapatriée en France chez Riccobono Imprimeurs



Le groupe Riccobono Imprimeurs se voit confier l'intégralité de la production et du routage du mensuel *Pleine vie* tiré entre 250 000 et 300 000 exemplaires.



Faustine Loison
Publié le 25-04-2023

Après quatre magazines du Groupe Bertelsmann produits auparavant en Allemagne, Riccobono Imprimeurs récupère l'impression du magazine *Pleine Vie* de l'éditeur français Reworld Media. Tiré entre 250 000 et 300 000 exemplaires, ce mensuel pour jeunes seniors de 136 et 160 pages était jusque là réalisé en Italie.

À partir du mois de mai, les pages intérieures de format 205 x 262 mm seront imprimées en offset heatset à l'imprimerie News Print située à Lieusaint en Seine-et-Marne. Et la couverture 5 couleurs et vernis sortira également en offset heatset du site Hélio Print situé à Mary-sur-Marne.

Reworld Media a également confié le façonnage et le routage de plus de 200 000 abonnés au centre France Routage du groupe Riccobono, basé à Bussy-Saint-Georges également en Seine-et-Marne.

Le Groupe Riccobono Imprimeurs produit donc ce mensuel avec l'ensemble de la chaîne graphique qui le constitue, de l'impression au routage.

L'éditeur a également choisi le groupe Riccobono pour l'impression, le façonnage et le routage de son titre TV hebdomadaire *TéléStar*.

Avec cette nouvelle prestation, le groupe qui comprend 13 imprimeries s'affirme "comme le partenaire de confiance des grands éditeurs" et "contribue au rapatriement de l'impression des magazines en France", indique-t-il.

Les Echos

Les Echos : High-Tech & Medias – 27 avril 2023

Sous pression « Ouest-France » change pour rebondir.

Sous pression, « Ouest-France » change pour rebondir

● Le leader de la presse quotidienne régionale sort d'un exercice difficile, marqué par l'envol du prix du papier et les difficultés de portage.

● Mais il investit pour préparer l'avenir, tout en renouvelant son directoire.

PRESSE

Fabio Benedetti Valentini
et Stéphane Loignon

Même les premiers de la classe ont des passages à vide. « Ouest-France », le leader de la PQR, n'échappe pas aux difficultés de la presse. « Les comptes 2022 ne sont pas excellents », convient Louis Eche-
lard, le président du directoire, qui, à



En 2022, la diffusion payée de « Ouest-France » a atteint 619.000 exemplaires en moyenne. Photo Jean Claude Moschetti/REA

soixante-douze ans, cédera sa place le 22 juin à François-Xavier Lefranc, jusqu'ici directeur des rédactions.

Avec une diffusion en baisse de 1,7 % en 2022, à 619.000 exemplaires quotidiens, le chiffre d'affaires du journal est resté quasiment stable en 2022, à environ 320 millions (+1 %). Mais « Ouest-France » a subi pas moins de 15 millions d'euros de surcoûts liés à l'inflation, dont plus de la moitié à cause de l'envolée du papier. « Entre le papier, l'énergie, les encres... C'était les feux d'artifice sur les coûts de production », regrette Louis Echelard.

A cette inflation subite s'est ajoutée une autre difficulté : l'impossibilité de trouver suffisamment de porteurs pour déposer les journaux chez les abonnés. En conséquence, « nous n'avons pas été en mesure de tenir toujours la promesse de mettre le journal dans la boîte aux lettres des lecteurs avant 7 h 30 », admet le dirigeant. Cette défaillance a entraîné des désabonnements ou des conversions – par la force des choses – de abonnés papier vers leur numérique, moins rémunérateur.

Restructurations

Au final, malgré un excédent brut d'exploitation (EBE) de 4 millions d'euros, l'exercice se solde par une perte nette de 6 millions d'euros, largement due à d'importantes charges de restructuration, évaluées à 7 millions d'euros. Car le titre, qui comme beaucoup d'autres journaux a augmenté son prix de vente à l'unité de 10 centimes en début d'année, a choisi d'investir pour rebondir. « Il n'y a pas que de mauvaises nouvelles, aussi des dispositions pour aller de l'avant », souligne Louis Echelard.

La première concerne l'outil industriel, avec la suppression du centre de production d'Angers et la restructuration de ceux de Rennes et Nantes, afin d'abaisser les coûts fixes. La mesure, qui a été provisionnée dans les comptes 2022, s'est traduite par des réductions d'effectifs, dans le cadre d'un plan visant une cinquantaine de postes. Les salariés des différents métiers du groupe ont aussi été regroupés au siège, sur un vaste campus de 13 hectares aux portes de Rennes, dont la rénovation a demandé de lourds investissements.

Ensuite, le groupe Ouest-France a mis le paquet sur le développement commercial et la conquête d'abonnés, notamment grâce à la data. Cette politique a permis le recrutement

de 96.000 nouveaux abonnés, aux deux tiers numériques, pour un total de 192.000 abonnés numériques fin 2022. Les audiences ont en revanche marqué le pas par rapport à la période Covid.

Pour continuer à faire croître son bassin de fidèles, le journal élargit son positionnement éditorial. « Le projet de « Ouest-France » est en forte évolution », précise François-Xavier Lefranc. Auparavant journal régional, le quotidien s'est développé sur l'ensemble du territoire français. « Un investissement que nous allons poursuivre, indique-t-il, sans relâcher nos efforts sur notre territoire. »

Auparavant régional, le quotidien s'est développé sur l'ensemble du pays.

L'audience numérique est déjà à plus de 70 % hors de l'Ouest de la France, même si seuls 10 % des abonnés n'habitent pas cette zone historique. La rédaction veut continuer à « fortement monter en compétence sur le national, l'international, l'Europe et les grandes thématiques », indique le successeur de Louis Echelard. Celle-ci compte 620 journalistes, contre 580 dix ans plus tôt.

« Nous pensons que c'est éditorial qui peut sauver les médias », insiste François-Xavier Lefranc. « C'est donc pour nous une année consacrée, mais qui nous a permis de prendre des positions pour le futur », note Louis Echelard. Un futur qu'il appartient à une autre équipe dirigeante de construire, pilotée par un duo composé de François-Xavier Lefranc, au poste de président du directeur, et Fabrice Bazard, venu du numérique et nommé directeur général en remplacement de Matthieu Fuchs.

« Si la page de l'ère Hutin est totalement tournée, le renouvellement des générations à la direction du quotidien, que beaucoup souhaitaient, est repoussé plus tard », explique Jean-Clément Texier, spécialiste des médias. Matthieu Fuchs, gendre de l'ex-PDG historique François Régis Hutin, se voit en effet confier la stratégie du holding Sipa-Ouest-France, qui contrôle le quotidien. Tout cela sous l'œil attentif de Louis Echelard qui, en tant que cogérant de Sipa, gardera une influence déterminante sur le destin du titre. ■

La presse régionale est pénalisée par la pénurie de porteurs

Dans un marché du travail tendu, le recrutement de porteurs pour distribuer les journaux à l'aube, en particulier les quotidiens régionaux, devient de plus en plus difficile. La désaffection pour ce métier difficile cause une dégradation du service... et des désabonnements.

Chercheur désespéré. Confrontés à la hausse du prix du papier et à la transition numérique, les éditeurs de la PQR doivent faire face à un autre danger tout aussi existentiel : la difficulté à recruter des porteurs, pour assurer une distribution efficace des journaux.

Chez « Ouest-France », le leader de la PQR et l'un des groupes disposant du maillage de distribution le plus dense, environ 450 porteurs manquent à l'appel, soit 10 % du total. Toutes les régions sont concernées. « On recrute en permanence des porteurs », confirme Jérôme Mancellon, le directeur général de Proximité, qui confirme ces difficultés à l'embauche chez cette société qui distribue la quasi-totalité des quotidiens en Ile-de-France et dans l'Oise.

Le problème est particulièrement aigu pour la PQR, très dépendante du papier et pour qui le portage est la meilleure manière de freiner l'érosion des ventes physi-

ques. « Le portage est très important

« Le portage est très important dans le modèle économique de l'éditeur, c'est le canal qui fidélise le mieux le lecteur au support papier. »

PIERRE PETITLAULT
Directeur général de l'Apig

dans le modèle économique de l'éditeur, c'est le canal qui fidélise le mieux le lecteur au support papier », rappelle Pierre Petitlault, directeur général de l'Alliance de la presse d'information générale (Apig).

« Pour préserver ce lien, le journal doit normalement être livré très tôt, mais le contexte économique est défavorable », souligne-t-il. Or la solution de substitution offerte par les services de La Poste ne permet le plus souvent pas la livraison aux aurores qu'attendent les abonnés.

Rentabilité réduite

Trois facteurs nuisent au recrutement de porteurs, explique Jean-Clément Texier, fin connaisseur de la PQR et conseiller de l'imprimeur Riccobono, propriétaire de Proximité. La diminution des volumes distribués, d'abord, réduit mécaniquement la rentabilité des porteurs, surtout en province, où subsistent donc l'inflation du carburant. Enfin, l'embauche sur ce type de postes est plus difficile, dans un marché du travail très dynamique.

Recruter et fidéliser ces collaborateurs, sur ces postes aux horaires décalés et mal payés, devient une gageure. « Il faut se lever tôt pour un métier qu'on exerce entre 5 heures et 7 heures 30 du matin et pour une rémunération pas exceptionnelle,

entre 450 euros et 700 euros par mois, rappelle Louis Echelard, président du directoire de « Ouest-France ». « C'est un travail ingrat et difficile, comme d'autres métiers de proximité, n'est pas plébéien. »

Sur 19.000 porteurs en France, seule la moitié sont des salariés, le reste intervenant sous le statut de vendeurs colporteurs de presse (VCP). Du côté de Proximité, les porteurs – salariés à temps partiel – sont rémunérés environ 900 euros bruts par mois pour des tournées quotidiennes s'étalant de 3 heures 30 à 7 heures 30 du matin.

Des jeunes retraités, des travailleurs qui ont besoin de revenus complémentaires et des jeunes occupent généralement ces postes,

qui souffrent aussi de la concurrence d'autres acteurs de la livraison, aux horaires plus souples, comme Amazon, Uber Eats et consorts. Pour retenir ses porteurs et séduire les jeunes, Proximité s'est d'ailleurs inspiré des applications de livraison afin de simplifier et d'optimiser les tournées.

L'entreprise, qui reste déficitaire, ne peut pas se permettre de rémunérer ses salariés au-delà du SMIC, car le service de portage n'est pas monétisé à sa véritable valeur. « Le coût de distribution pour une société de portage comme la nôtre se situe entre 60 et 70 centimes par client par numéro », indique Jérôme Mancellon. Un prix qui n'est pas répercuté sur l'abonnement.

L'aide de l'Etat, pour ce maillon indispensable de la distribution de journaux, est vitale. En 2023, elle s'élève à 35 millions d'euros, dans la dernière loi de finances. « L'extension des réseaux de portage à d'autres livraisons permettrait de les

19.000

PORTEURS EN FRANCE

La moitié sont des salariés, le reste ont le statut de vendeurs colporteurs de presse.

valoriser », suggérerait un récent rapport du sénateur Roger Karoutchi. Certains en appellent à une consolidation du secteur. « Quand vous voyez dans une même rue des véhicules de différentes sociétés de portage, c'est qu'il y a peut-être des possibilités d'optimisation », pointe Jérôme Mancellon. Selon Jean-Clément Texier, il faut éviter les duplications de dépôts parfois situés à proximité ou la coexistence, sur un même territoire, de tournées dédiées à la PQR et la PQN. La solution pourrait passer par des partenariats, comme « Le Point » qui distribue « Le Point » à Bordeaux, estime-t-il. — F. B. V. et S. L.

ALTEN

ACTIVITÉ DU PREMIER TRIMESTRE 2023 : + 15,7%
Croissance organique soutenue : + 14,4%
1 acquisition à l'international

En millions d'€uros	Q1 2022	Q1 2023	Variation
Chiffre d'affaires	894,6	1 035,4	+ 15,7%
dont France	298,2 soit 33,3 %	334,4 soit 32,9 %	+ 12,2%
dont International	596,4 soit 66,7 %	701,0 soit 67,7 %	+ 17,5%

ACTIVITÉ À FIN MARS 2023 : + 15,7%
Le chiffre d'affaires progresse de 15,7% au premier trimestre 2023 : +12,2% en France, +17,5% hors de France. À périmètre et change constants, la croissance est de +14,4% (+12,2% en France et +15,5% hors de France). La quasi-totalité des zones géographiques sont en forte croissance organique.

PERSPECTIVES 2023 :
Le début de l'année 2023 s'inscrit dans la continuité de la fin d'année 2022. Même si le rythme de croissance ralentit légèrement, ALTEN devrait réaliser une croissance organique satisfaisante en 2023 et poursuivra sa stratégie de croissance externe ciblée.

PROCHAINE PUBLICATION :
27 JUILLET 2023
Chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre 2023 : 27 juillet 2023 après Bourse.

POUR TOUTES INFORMATIONS :
www.alten.com/investisseurs
Contact : journalistes@alten@hpscoch.fr

ACQUISITION À L'INTERNATIONAL :
• Aux USA/Canada : une société spécialisée dans le software testing
(CA : 18 M€, 185 consultants).

Mai 2023

**Caractère Web – 02 mai 2023**

Riccobono Imprimeurs récupère le magazine « Pleine Vie »

Riccobono Imprimeurs récupère le magazine « Pleine Vie »

mardi, 02 mai 2023 | Auteur La rédaction | Télégrammes

L'éditeur de presse magazine Reworld Media vient de confier à Riccobono Imprimeurs l'intégralité de la production du mensuel *Pleine Vie*. Ce magazine pour jeunes seniors, dont le tirage oscille entre 250 000 et 300 000 exemplaires, possède un format 205 x 262 mm. L'intérieur (entre 136 et 160 pages) est réalisé par News Print (Lieuxaint, 77), tandis que la couverture en 5 couleurs plus vernis est imprimée sur le site Hélio Print (Mary-sur-Marne, 77). Le brochage et le routage, vers plus de 200 000 abonnés, sont désormais effectués au centre France Routage (Bussy-Saint-Georges, 77), repris par Riccobono fin 2021. Reworld Media a également confié à Riccobono Imprimeurs la production de l'hebdomadaire de presse de télévision *Télé Star* dont la diffusion est d'environ 600 000 exemplaires et pour lequel il intervient sur l'ensemble de la chaîne graphique.

Caractère Magazine N°807 mai 2023

Riccobono Imprimeurs récupère le magazine « Pleine Vie » Web

**Riccobono Imprimeurs
récupère le magazine
« Pleine Vie »**

L'éditeur de presse magazine Reworld Media vient de confier à Riccobono Imprimeurs l'intégralité de la production du mensuel *Pleine Vie*. Ce magazine pour jeunes seniors, dont le tirage oscille entre 250 000 et 300 000 exemplaires, possède un format 205x262 mm. L'intérieur (entre 136 et 160 pages) est réalisé par News Print (Lieuxaint, 77), tandis que la couverture en 5 couleurs plus vernis est imprimée sur le site Hélio Print (Mary-sur-Marne, 77). Le brochage et le routage, vers plus de 200 000 abonnés, sont désormais effectués au centre France Routage (Bussy-Saint-Georges, 77), repris par Riccobono fin 2021.

Éclairage : Reworld Media a également confié à Riccobono Imprimeurs la production de l'hebdomadaire de presse de télévision « Télé Star » dont la diffusion est d'environ 600 000 exemplaires et pour lequel il intervient sur l'ensemble de la chaîne graphique.

La

Correspondance de la Presse

Correspondance de la Presse – 10 mai 2023

M. Loïc LE DEUFF, jusqu'alors directeur industriel de « La Provence », est nommé directeur du centre de presse de Midi Print

M. Loïc LE DEUFF, jusqu'alors directeur industriel de "La Provence", est nommé directeur du centre de presse de Midi Print

M. Loïc LE DEUFF, jusqu'alors directeur industriel de "La Provence", vient d'intégrer le Groupe Riccobono Imprimeurs comme directeur du centre de presse Midi Print, situé dans le Gard à Gallargues-le-Monthueux.

Né en 1979, diplômé d'un cursus Polytechnique validé à Grenoble en 2000 et titulaire du diplôme d'ingénieur Imprimerie de l'Ecole Française Papeterie Industries Graphiques PAGORA en 2004, M. Loïc LE DEUFF évolua dans différentes imprimeries du groupe IPS entre le nord et le sud de la France comme responsable qualité. En 2008, il rejoignit le quotidien "La Provence" en tant que responsable de production et maintenance, fonction qu'il occupa pendant huit ans, avant d'en devenir le directeur industriel.

Midi Print traite la zone géographique de Bordeaux à Lyon et pour l'ensemble du sud de l'hexagone. Depuis janvier 2023, Midi Print imprime les titres "Les Echos" et "Le Monde" qui ont rejoint les autres quotidiens déjà produits à Gallargues : "Le Figaro", "L'Equipe", "Libération", "La Croix", "Paris Turf", "Aujourd'hui en France", "Le Parisien", "Le Canard Enchaîné", "20 Minutes" et "International New York Times". En matière d'impression, il dispose des outils Offset Coldset sans sécheur.

Pour Groupe Riccobono Imprimeurs, qui développe une stratégie de déploiement et une volonté de diversification, l'arrivée de M. Loïc LE DEUFF marque un rapprochement avec la PQR. Depuis le début de l'année, Le Groupe Riccobono Imprimeurs imprime ainsi "Diverto", l'hebdomadaire de télévision et de loisirs des quotidiens régionaux.

Les clés de
+ la presse
La boîte à outils des professionnels de la presse

Les Clés de la Presse – 12 mai 2023

Rubrique « Talent »

n° 1515 du vendredi 12 mai 2023

La Lettre

Les clés de
+ la presse
La boîte à outils des professionnels de la presse

L'événement

Le marché publicitaire marque un ralentissement au premier trimestre

Le ralentissement du marché publicitaire, observé lors du deuxième semestre 2022, se confirme en ce début d'année. Selon le bilan trimestriel du Baromètre unifié du marché publicitaire (Bump), présenté hier 11 mai par l'Irep, France pub et Kantar, il s'est même contracté sur la période avec une légère baisse de 0,7 % par rapport au premier trimestre 2022, à 3,844 milliards d'euros. « C'est un ralentissement, mais il n'y a rien de dramatique, tient à nuancer Xavier Guillon, le directeur général de France pub. Nous sommes encore à des niveaux élevés, bien supérieurs à ceux de 2019 (+9,8 %) ». Seul bémol, cette situation s'explique avant tout par la croissance du digital : les cinq médias (presse, radio, télévision, affichage et cinéma) enregistrent un recul par rapport à 2022 (-3,5 %) et n'ont pas retrouvé leurs montants de 2019 (-8,1 %). Décryptage.

Les médias doivent patienter

Les médias n'ont toujours pas digéré le « trou d'air » de l'été dernier. Entre attentisme des annonceurs et effet de base (« le premier trimestre 2022 avait été plutôt bon à la sortie du Covid et l'on ne parlait pas encore de la guerre en Ukraine, ni de l'inflation », rappelle Florence Doré, directrice marketing France de Kantar média), ils sont loin de voir le bout du tunnel. Même la télévision, qui avait retrouvé des couleurs en 2021 et 2022, a connu un recul significatif en ce début d'année (-7,2 % par rapport au premier trimestre 2022 et -8,3 % par rapport au premier trimestre 2019), à 752 millions d'euros. Si les volumes sont à peu près stables grâce aux chaînes thématiques, « espaces classiques et parrainage affichent une baisse de 7 % », souligne Christine Robert, directrice déléguée de l'Irep. De leur côté, la radio et la publicité extérieure s'en sortent un peu mieux. Média réactif et tactique, la radio profite de la dynamique digitale pour maintenir ses investissements (+1,2 % par rapport à 2022 et +0,2 % par rapport à 2019), à 118 millions d'euros. Quant à la publicité extérieure, elle se rapproche peu à peu de ses niveaux de 2019 (-2,6 %) avec 251 millions d'euros de recettes publicitaires, elle aussi grâce à la vigueur de l'affichage digital (+9,1 % vs 2022 et +22,2 % vs 2019), avec ses 44 millions de recettes. Enfin, le cinéma, malgré une forte croissance (+22,9 %, à 17 millions d'euros), est loin d'avoir retrouvé ses niveaux d'avant-Covid.

La presse marque le pas

La situation de la presse est plus compliquée avec un recul de 4,1 % de ses recettes publicitaires nettes (309 millions d'euros) par rapport au premier trimestre 2022 (et de 13 % versus 2019). « Journaux et magazines ont effectué un fort rattrapage en 2021 et 2022, rappelle Xavier Guillon. Là, c'est plus dur et le média reste en-deçà de 10 à 15 % de ses valeurs de 2019 ». « Les petites annonces se portent plutôt bien en ce début d'année, renchérit Christine Robert, c'est plutôt la publicité commerciale qui est en retrait, et le digital ralentit sa croissance, même si les synergies sont fortes entre print et Web. Mais la situation n'est pas aussi dramatique qu'aux lendemains des crises ». Si son portefeuille continue de se retracter (-5,4 % vs 2022 et -20,9 % vs 2019), la presse compte encore 9297 annonceurs. Parmi le plus actifs, Intermarché signe la plus forte hausse en valeur brute avec un discours prix et fidélisation via sa campagne « le marché anti-inflation ». La plus forte nouvelle entrée revient à Trainline qui a mis en avant son application de vente de billets de trains.

- Dans ce cadre, c'est la **presse hebdomadaire régionale**, portée par les petites annonces et le digital, qui s'en sort le mieux avec une progression de ses recettes (23 millions d'euros) de 3,2 % par rapport à la même période de 2022 (-14,1 % vs 2019).

Couillises

Une nouvelle ère pour le groupe Marie Claire
Après des décennies de présence à Issy les Moulineaux, le groupe Marie Claire déménage cette fin de semaine et prend ses quartiers à Levallois, dans d'anciens locaux du groupe Lagardère totalement remis à neuf.

Talents

Laurent Guimier, directeur de CMA-CGM média, est devenu président du conseil d'administration de la Provence.

Thomas Follin, ex-directeur général de Salto, rejoint le groupe Canal+ en qualité de directeur de chef global transformation officer.

Bastien Dury est promu directeur conseil au sein de l'agence 79. **Caroline De Carvalho** et **Corentin Fontverne**, eux, deviennent associés.

Mélissa Saint-Fort quitte la Seine musicale pour rejoindre le groupe TF1 comme directrice RSE. Sa mission est de veiller à la mise en place de la feuille de route climat du groupe, avec un objectif de réduction de 30 % des émissions de CO2 d'ici à 2030.

Caroline Duchêne, conseillère en communication de Yaël Braun-Pivet, présidente de l'Assemblée nationale, est nommée directrice associée de l'institut Open diplomacy, en charge de la communication et du développement.

Loïc Le Deuff, directeur industriel de la Provence, est nommé directeur du centre de presse de Midi print (groupe Riccobono), situé dans le Gard, à Gallargues.

Philippe Brady, ex-Microsoft, est nommé président de la région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) de Google cloud.

La

Correspondance de la Presse**Correspondance de la Presse – 15 mai 2023**

Pour se rapprocher de la PQR, Riccobono Imprimeurs renforce son équipe

Pour se rapprocher de la PQR, Riccobono Imprimeurs renforce son équipe

lundi, 15 mai 2023 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Auparavant directeur industriel de La Provence, Loïc Le Deuff vient d'intégrer Riccobono Imprimeurs comme directeur du centre d'impression Midi Print, situé à Gallargues-le-Montueux (34), où sont imprimés de nombreux titres (*Les Échos, Le Monde, Le Figaro, L'Équipe, Libération, La Croix, Paris Turf, Aujourd'hui en France, Le Parisien, Le Canard enchaîné, 20 Minutes* et *International New York Times*). Selon le communiqué de presse, l'arrivée de Loïc Le Deuff marque le rapprochement entre Riccobono Imprimeurs et la presse quotidienne régionale (PQR). Déjà leader sur la presse quotidienne nationale (PQN), le groupe se verrait bien devenir l'imprimeur privilégié de la PQR, ce qui impliquerait un changement de stratégie pour les éditeurs qui possèdent encore leurs propres imprimeries. Alors que les tirages ne cessent de baisser dans la PQN comme dans la PQR, mutualiser les sites de production dédiés à la presse quotidienne pourrait paraître cohérent. Également présent dans la distribution, le portage, la finition et l'impression de magazine, Riccobono Imprimeurs compte 2800 salariés, soit 2000 en équivalent temps plein, et réalise un chiffre d'affaires de l'ordre de 250 millions d'euros.

Caractère Magazine – mai 2023

Hélio Print dope ses flux numériques

PRESSE

Hélio Print dope ses flux numériques

Pour assurer l'impression du magazine télé *Diverto*, porté par six éditeurs majeurs de la presse quotidienne régionale, Riccobono Imprimeurs a implémenté dans son usine d'Hélio Print, à Mary-sur-Marne (77), la plateforme collaborative Dalim ES. Communiquant directement avec l'ERP de l'entreprise, le système assure la prise en charge et la sécurisation des fichiers en provenance directe de l'éditeur, tout en tenant compte des instructions du service fabrication et des contraintes d'impression. La solution opère de manière totalement transparente et automatisée, de la réception des fichiers PDF jusqu'à la production des plaques imposées. « Notre objectif principal », a expliqué Eric Carle, directeur d'Hélio Print, « était d'avoir un outil

moderne et tout automatisé pour regrouper l'ensemble de nos flux numériques et proposer à nos clients cette capacité à venir s'intégrer directement sur nos flux pour une meilleure transversalité et un meilleur partenariat. » Et Dominique Romulus, responsable qualité des processus, de renchérir : « Dalim ES nous a permis de diriger directement les fichiers des clients dans nos processus, d'en avoir la maîtrise et, surtout, de disposer d'un contrôle et d'une analyse complètes du fichier jusqu'au softproofing, c'est-à-dire la prévisualisation colorimétrique correcte des impressions. » *Diverto* tire à plus de 3 millions d'exemplaires. Sa couverture est imprimée par Hélio Print en offset, tandis que les cahiers intérieurs le sont en hélios chez Hélio Print et Lenglet Imprimeur (59).

Caractère Magazine – N°807 mai 2023

La Confrérie des compagnons de Gutenberg à Genève

La Confrérie des compagnons de Gutenberg à Genève

Le 23 mars dernier, dans les salons de l'hôtel Beau Rivage (Genève), la Confrérie des compagnons de Gutenberg a organisé le dîner annuel de son bailliage suisse, et, cela, à l'occasion de la tenue du Salon du livre de Genève, lequel retrouvait sa place dans les halls de Palexpo, après les deux années de pandémie. Plus de 80 professionnels de la communication, de l'édition, de la presse et de l'imprimerie participaient à cette rencontre, au cours de laquelle onze personnes ont été intronisées ou élevées dans la Confrérie.



Les invités d'Éric Carle à la table de Riccobono Imprimeurs.

Les nouveaux intronisés et les personnalités suisses élevées, en compagnie des grands officiers de la Confrérie.

La

Correspondance de la Presse**Correspondance de la Presse – 24 mai 2023**

Riccobono Imprimeurs devient Groupe Riccobono et redéfinit ses quatre pôles d'activité

Riccobono Imprimeurs devient Groupe Riccobono et redéfinit ses quatre pôles d'activité

Riccobono Imprimeurs change de nom et devient Groupe Riccobono dans le but d'"affirmer la polyvalence de ses activités".

Le groupe se structure autour de quatre pôles d'activités : le pôle impression presse, quotidienne nationale ou régionale ; le pôle impression magazines, catalogues et prospectus publicitaires ; le pôle façonnage – brochage avec France Routage, leader pour les magazines français ; le pôle distribution et portage, avec Proximy acteur de la logistique et de la distribution en Ile de France - 180 000 abonnés livrés tous les jours, 4 400 points de vente-

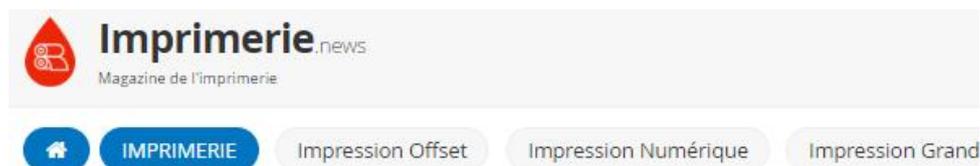
Cette nouvelle identité s'accompagne par la signature d'une mission, "permettre la transmission au plus grand nombre". Le Groupe met également trois valeurs en avant, correspondant à ses comportements dans l'exécution de ses activités : "respect, solidaire, entrepreneur". Une charte a été définie afin d'assurer une cohérence dans l'ensemble des centres de productions du groupe.

Pour mémoire, le groupe familial né en 1900 est aujourd'hui présidé et contrôlé par M. Guillaume RICCOBONO, représentant de la cinquième génération. Le Groupe Riccobono génère un chiffre d'affaires total de 250 millions d'euros (35 % pôle presse, 35 % pôle magazine, 20 % pôle distribution et 10 % pôle façonnage). Au total, 2 800 collaborateurs travaillent sur les 12 centres de production du groupe.



GraphiLine - 24 mai 2023

Le Groupe Riccobono : au-delà de l'imprimerie, une palette d'activités complémentaires



Le Groupe Riccobono : au-delà de l'imprimerie, une palette d'activités complémentaires



Avec désormais trois pôles d'activités en plus de son cœur de métier, Riccobono Imprimeurs change de nom.



Faustine Loison
Publié le 25-05-2023

Depuis 2021, le groupe d'imprimeries Riccobono s'est particulièrement développé dans différents secteurs complémentaires à la production de journaux. Afin d'afficher cette nouvelle polyvalence, Riccobono Imprimeurs change d'identité et devient le Groupe Riccobono.

Le groupe familial, né en 1900, a pour métier historique l'impression de la presse quotidienne nationale. L'impression de journaux représente aujourd'hui 35 % de son chiffre d'affaires qui s'élève à 250 millions d'euros. Avec ses 2 800 salariés, il a développé trois autres activités : l'impression de magazines, catalogues et prospectus publicitaires qui cumule également 35 % des ventes, et depuis 2021, la distribution et portage, avec Proximy qui livre 180 000 abonnés par jour et 4 400 points de vente (20 %) et le façonnage et brochage avec France Routage (10 %).

Pour mettre en avant l'ensemble de ses activités, le groupe présidé par Guillaume Riccobono - cinquième génération du fondateur - a travaillé sur un nouveau logo et nom, qui conserve le cercle bleu, mais fait disparaître le mot "imprimeur".

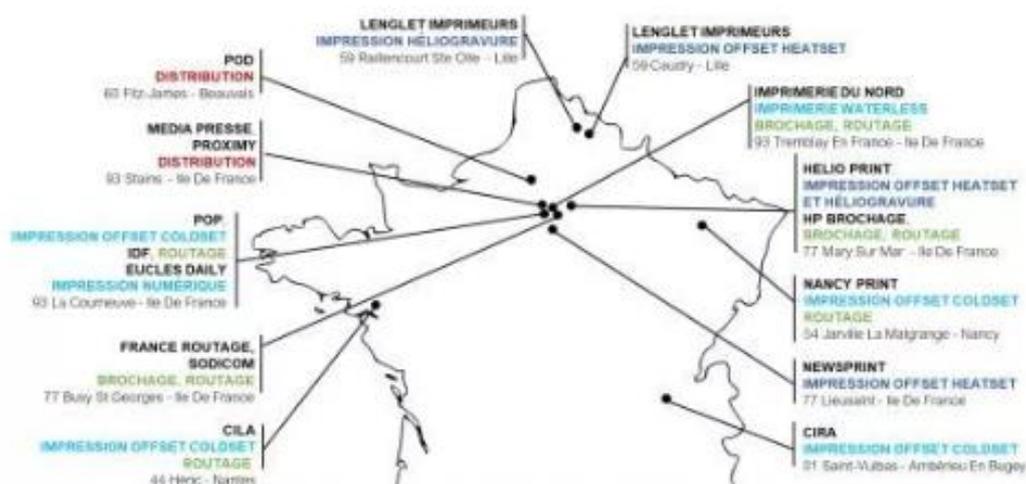
Cette nouvelle identité doit aussi assurer une cohérence visuelle de ses 12 imprimeries, trois centres de brochage et sept sites de routage, tout en étant facilement reconnaissable à l'international.

"Cette nouvelle identité se traduit également par la signature d'une mission marquant l'engagement que le groupe souhaite défendre et respecter : 'Permettre la transmission au plus grand nombre'" ajoute nouvellement nommé Groupe Riccobono.

GROUPE RICCOBONO

PERMETTRE LA TRANSMISSION AU PLUS GRAND NOMBRE

Depuis qu'il a pris les rênes en 2017, Guillaume Riccobono a doublé le chiffre d'affaires du groupe notamment grâce aux acquisitions de Proximity et France Routage. Ces activités de routage, brochage et distribution sont en parfaite synergie avec son cœur de métier. Pour le PDG, *"la consolidation au niveau régional, national et international n'est pas suffisante. Elle doit être accompagnée d'une diversification ciblée et d'une écoute constante des besoins de l'écosystème."* Autrement dit, le Groupe Riccobono compte poursuivre la consolidation de ces quatre pôles, sans pour autant être offensif sur le marché.



Plus d'articles sur les chaînes :

Identité visuelle

Riccobono Imprimeurs



WAN-IFRA Executive News Service - 26 mai 2023

Reprise de l'article de GraphiLine

FRANÇAIS

Cher lecteur. En raison du congé du lundi de Pentecôte du 29 mai, la newsletter Executive News Service ne sera pas publiée. Vous recevrez la prochaine édition le mardi 30 mai. (de wan-ifra)

Le groupe Les Echos-Le Parisien s'engage face à l'intelligence artificielle générative (de cbnews)

« Non, un tribunal de commerce ne peut pas violer le secret des sources des journalistes » (de rue89lyon)

Répression : la liberté d'informer en danger en France (de mmondialisation)

Le Groupe Riccobono : au-delà de l'imprimerie, une palette d'activités complémentaires (de graphiline)

La confiance envers les médias est fragile, selon un rapport auquel a collaboré l'UdeS (de radio-canada)

Le Conseil fédéral veut que les géants du web versent de l'argent aux médias suisses (de rts)

50 ans de L'Obs : La survie de la presse écrite face au numérique discutée au cours d'un panel (de burkina24)

Guinée : la junte attaque de manière inédite la liberté de la presse (RSF) (de guineematin)



Les Clés de la Presse – 26 mai 2023

Riccobono Imprimeurs change de nom pour mieux refléter la diversité de ses activités

Riccobono imprimeurs change de nom pour mieux refléter la diversité de ses activités

 Riccobono imprimeurs change de nom pour devenir Groupe Riccobono et mieux refléter la diversité de ses activités, qui comprend aussi du brochage (avec France routage) et de la distribution et du portage (avec Proximity). Cette nouvelle identité se traduit par la signature d'une mission marquant l'engagement que le groupe souhaite défendre (permettre la transmission au plus grand nombre) et par l'adoption d'une charte mettant en avant les trois valeurs de référence du groupe (respect, solidaire, entrepreneur). Groupe Riccobono réalise actuellement 250 euros de chiffre d'affaires (35 % par l'impression des quotidiens, 35 % par l'impression de magazines, 20 % dans la distribution et 10 % dans le façonnage).

GraphiLine – 29 mai 2023

Un nouveau directeur à l'imprimerie Midi Print du Groupe Riccobono

Un nouveau directeur à l'imprimerie Midi Print du Groupe Riccobono



Le Groupe Riccobono renforce son équipe avec un homme de la presse quotidienne régionale.



Faustine Loison

Publié le 29-05-2023

Afin de se rapprocher de la [presse quotidienne](#) régionale (PQR), le Groupe Riccobono a nommé Loïc Le Deuff, ancien directeur industriel de [la Provence](#) au poste de directeur de l'imprimerie Midi Print, située à Gallargues-le-Montueux, dans le Gard. Loïc Le Deuff prend le relais de Vincent Amade, qui demeure dans le groupe.

Loïc Le Deuff, directeur industriel de [La Provence](#) jusqu'en mars dernier, intègre ainsi le groupe d'imprimeries qui compte 2800 salariés, sur le site d'impression équipé en offset coldset (sans sécheur) Midi Print. Midi Print est l'imprimerie de la [presse quotidienne](#) nationale du groupe dédiée à la zone géographique allant de Bordeaux à Lyon et de l'ensemble du sud de l'Hexagone.

Depuis [janvier 2023](#), Midi Print imprime les titres [Les Echos](#) et [Le Monde](#) qui ont rejoint les autres quotidiens [Le Figaro](#), [L'Équipe](#), [Libération](#), [La Croix](#), [Paris Turf](#), [Aujourd'hui](#), [Le Parisien](#), [Le Canard Enchaîné](#), [20 Minutes](#) et [International New York Times](#).

L'arrivée de Loïc Le Deuff [marque](#) le rapprochement du Groupe Riccobono avec la PQR, qui développe "*une stratégie de déploiement et une volonté de diversification*" indique-t-il.

L'impression de quotidiens, son métier historique, représente aujourd'hui un tiers de son [chiffre d'affaires](#) de 250 millions d'euros, le groupe s'étant diversifié sur les activités de l'impression de magazines, de brochage-routage, ainsi que de la distribution et du portage.

Plus d'articles sur les chaînes :

- [# Riccobono](#)
- 
[Ressources humaines](#)
- [# Riccobono Imprimeurs](#)



WAN-IFRA Executive News Service - 30 May 2023

Reprise de l'article de GraphiLine Un Nouveau Directeur à l'imprimerie Midi Print du Groupe Riccobono

FRANÇAIS

La Tribune va passer sous le pavillon de CMA CGM (de strategies)

L'armateur CMA CGM, dirigé par Rodolphe Saadé, va racheter le journal « La Tribune » (de 20minutes)

Le groupe Les Echos - Le Parisien met de l'ordre dans l'utilisation de l'IA type ChatGPT dans ses rédactions (de 100media)

La rédaction de La Provence plébiscite le projet éditorial (de lamarseilleise)

« Sud Ouest » se mobilise pour un futur plus solidaire et plus durable (de sudouest)

Sparknews convainc la PQR de s'associer à son supplément éditorial « En quête de demain » (de cbnews)

Un nouveau directeur à l'imprimerie Midi Print du Groupe Riccobono (de graphiline)

Le Groupe La Dépêche du Midi et la Ville de Gruissan signent la convention de partenariat des Festejades (de lindependent)

WAN-IFRA Newsletters

Sign up for our free newsletters leading the way in publishing on
<https://wan-ifra.org/newsletters>

Caractère.net – 30 mai 2023

Riccobono Imprimeurs change de nom

Riccobono Imprimeurs change de nom

mardi, 30 mai 2023 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Pour afficher sa polyvalence et accompagner son évolution vers des métiers connexes à l'imprimerie, Riccobono Imprimeurs (dont le siège social est à Baillargues, 34) a choisi de changer d'identité en devenant Groupe Riccobono (à ne pas confondre avec le groupe du même nom dans le siège social est au Muy (83) et qui est spécialisé dans l'imprimerie de labeur). Il met en avant trois valeurs (respect, solidarité et entrepreneuriat) et un slogan : « Permettre la transmission au plus grand nombre ». Le groupe familial, fondé en 1900, présidé et contrôlé par Guillaume Riccobono, emploie 2800 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 250 millions d'euros. Il articule désormais ses activités autour de quatre pôles : l'impression de la PQN et PQR, l'impression de magazines, catalogues et prospectus publicitaires, le façonnage-brochage (avec France Routage), et la distribution et le portage (avec Proximy).

Juin 2023

Les Echos

Les Echos – 8 juin 2023

Riccobono tente de remporter le marché de la presse en Belgique

EXCLUSIF

Riccobono tente de remporter le marché du portage de la presse en Belgique 🇧🇪

Par l'intermédiaire de sa filiale Proximy, le groupe français espère remporter l'appel d'offres lancé par l'Etat belge pour le portage à domicile des quotidiens et périodiques sur tout le territoire. Un marché à 230 millions d'euros, bénéficiant d'un soutien public plus fort qu'en France.

[Lire plus tard](#) [Commenter](#) [Partager](#) [Edition](#) [La Poste](#)



L'appel d'offres vise la distribution de 600.000 exemplaires de quotidiens et plus de trois millions de périodiques par semaine, sur tout le territoire belge. (Shutterstock)

Par **Stéphane Loignon**

Publié le 8 juin 2023 à 18:01 | Mis à jour le 8 juin 2023 à 19:09

À coeur vaillant rien d'impossible. Répondant à un appel d'offres de l'Etat belge, la filiale du groupe français Riccobono, **Proximy**, s'est portée candidate au portage à domicile de la presse quotidienne et périodique, pour les plus de 11 millions d'habitants du plat pays et sur une période de 5 ans. Ce marché estimé à 230 millions d'euros par an, comprenant 125 millions d'aides publiques et le solde payé par les éditeurs, est plus de cinq fois supérieur au chiffre d'affaires actuel de Proximy, qui dépasse les 40 millions d'euros annuels.

Pour s'attaquer à ce « gros marché », selon les mots du directeur général de **Proximy**, Jérôme Mancellon, le spécialiste du portage, installé en Ile-de-France et dans l'Oise où il distribue la quasi-totalité des quotidiens français, a mis les bouchées doubles. « Le défi était de construire en quelques semaines un schéma logistique dans un pays qui a ses spécificités, » précise-t-il.

Afin de distribuer sur tout le territoire près de 600.000 exemplaires quotidiens et plus de trois millions de périodiques par semaine, Proximy propose de créer 28 centres de distributions. « Ils s'appuieront sur deux hubs, où les éditeurs pourront livrer leurs journaux et s'intégrer dans les réseaux que nous aurons mis en place », précise Jérôme Mancellon. A la clé, entre 3.500 et 4.000 emplois. Si elle est retenue, l'offre « prendra en compte la situation des 3.300 salariés du prestataire actuel Bpost et proposera des contrats adaptés, » indique le communiqué de Riccobono.

Application pour les porteurs

La création de ces nouvelles infrastructures représente un investissement financier de 15 à 20 millions d'euros, auquel le groupe français est prêt à consentir pour tenir sa promesse : assurer 90 % de livraison avant 7h30 du matin partout en Belgique. Soit 10 % de plus que ce qu'exigeait le cahier des charges.

Pour l'emporter, Proximy, qui a repris **début 2022 les activités de portage du « Figaro »**, met en avant son expérience, mais aussi certains outils innovants, comme son application créée pour les porteurs, qui facilite les tournées et permet d'indiquer les problèmes de livraison ou les réclamations en temps réel.

LIRE AUSSI :

• **La presse régionale pénalisée par la pénurie de porteurs**

S'il se bat pour gagner, le Français ne sera évidemment pas seul sur l'appel d'offres, pour lequel Bpost (la Poste locale) pourrait aussi s'être porté candidat, tout comme d'autres opérateurs ou éditeurs belges. « Pour ne pas avantager un éditeur local plutôt qu'un autre, l'Etat belge pourrait être tenté de porter son choix sur un opérateur neutre, venant d'un autre pays », observe un bon connaisseur du secteur.

Soutien public

Dans un marché structurellement en déclin, Proximity cherche hors des frontières hexagonales des relais de croissance, l'activité bénéficiant d'un soutien public plus fort en Belgique, qui rend l'activité rentable dès la première année. « L'aide atteint plus de 50 centimes par exemplaire de quotidien, nettement plus qu'en France où elle ne se monte qu'à 4 centimes environ pour le distributeur et 4 centimes pour l'éditeur », souligne Jérôme Mancellon.

« Et ce alors que l'Etat belge a diminué ses aides », complète Jean-Clément Texier, banquier d'affaires et conseil du groupe Riccobono. Côté français, la livraison postale est plus subventionnée que le portage. « L'aide au portage devrait a minima se rapprocher de l'aide postale si la volonté affichée des pouvoirs publics français de privilégier le portage au postal devait se concrétiser, » précise le communiqué de Riccobono.

Cette candidature est une étape importante pour le [groupe Riccobono](#), qui marque sa volonté de se développer à l'international afin de doubler son chiffre d'affaires (environ 250 millions d'euros annuels) dans les cinq ans qui viennent. La réponse à l'appel d'offres est attendue en fin d'année, pour un début de prestation prévu en juillet 2024.

Stéphane Loignon (@stephloignon)



DETIJD.be – 8 juin 2023

Un challenger français prêt à reprendre 3 300 personnes chez Bpost

Un challenger français prêt à reprendre 3 300 personnes chez Bpost



Un employé au travail dans l'une des imprimeries du groupe Riccobono. ©AFP

BERT BROENS

08 juin 2023 23:26

Proximy, le candidat surprenant pour le nouveau contrat de distribution de journaux dans notre pays, est prêt à reprendre, si nécessaire, 3.300 employés de Bpost, l'actuel contractant.

C'était [une surprise](#) jeudi. Outre Bpost et le plus petit distributeur belge PPP, un troisième candidat a fait surface de manière inattendue pour assurer le transport des journaux et magazines en Belgique pour la période 2024-2028 au nom du gouvernement fédéral. Il s'agit du distributeur de presse français Proximy, principalement actif à Paris et appartenant au groupe de presse familial Riccobono.

Dans un premier temps, le groupe n'a voulu que confirmer sa candidature, puis, assez rapidement, il a donné plus d'explications sur ses projets. Si Proximy réussit, il estime qu'il aura besoin de 3 800 à 4 000 employés pour distribuer un demi-million de journaux par jour et un peu plus de 3 millions de magazines par semaine. Pour la distribution, il s'agit d'environ 3 300 personnes (en termes d'employés à temps plein) et le reste pour les services de soutien. Selon Proximy, 3.300 est également l'effectif de Bpost pour le contrat de distribution actuel.

Flexible

Jérôme Mancellon, CEO de Proximy, explique que l'entreprise veut être flexible et pragmatique pour trouver tout ce personnel. Il y a plusieurs options pour les 3.300 personnes. Nous pouvons les reprendre à Bpost avec un contrat adapté, mais il peut aussi y avoir d'autres solutions, hybrides par exemple, comme faire travailler les employés de Bpost quelques heures de plus.

4 000 EMPLOYÉS

Proximy estime qu'elle aura besoin de 3.800 à 4.000 employés pour le contrat de distribution belge. L'emploi chez Bpost et son maintien s'est avéré jusqu'à présent un point sensible dans le dossier, en particulier pour le gouvernement et dans l'attribution controversée du contrat actuel. PPP est également disposé à reprendre le personnel de Bpost. Pour les services de soutien, Mancellon est également ouvert à une coopération avec des entreprises belges de logistique ou autres. Nous sommes prêts à discuter avec n'importe qui dans l'intérêt du personnel concerné et de la bonne exécution du contrat".

Modeste

Selon le manager français, un élément clé du positionnement de Proximy est la modestie. Nous ne voulons pas être les Français qui viennent s'implanter en Belgique et notre candidature n'est pas une attaque contre Bpost ou PPP. Mais nous voulons être humbles et modestes et rechercher le consensus et les partenariats".

Nous ne voulons pas être les Français qui viennent s'implanter en Belgique, mais nous voulons être humbles et modestes.

JÉRÔME MANCELLON

CEO PROXIMY

Outre l'expansion du groupe Riccobono, les subventions de l'État pour la distribution des journaux et des magazines sont un argument qui incite Proximy à concourir pour le contrat. Selon l'entreprise, ces subventions s'élèveront à 55 centimes d'euro par journal et à 24 centimes par magazine à partir de l'année prochaine. C'est nettement plus qu'en France, même si Paris envisage de réduire l'écart.

Mieux que les spécifications

Il est intéressant de noter que la France propose de buser 90 % des journaux avant 7h30 en semaine, alors que le cahier des charges fixe ce chiffre à 80 %. Nous voulons naturellement rendre notre offre plus attrayante de cette manière", admet M. Mancellon. Mais nous savons aussi, grâce à notre expérience avec les éditeurs français, que le busing précoce est important pour l'industrie.

Proximy prévoit de dépenser plus de 15 millions d'euros de bénéfices dans la phase initiale pour se doter, entre autres, d'un système informatique. Elle souhaite travailler avec 28 centres de distribution à travers le pays qui s'appuient sur deux hubs où les éditeurs peuvent livrer leurs publications.

Business AM

Business AM – 8 juin 2023

Le groupe français Proximy défie Bpost dans la bataille pour le contrat des journaux, le challenger PPP est également en lice

Accueil » Le groupe français Proximy défie Bpost dans la bataille pour le contrat des journaux, le challenger PPP est également en lice

Le groupe français Proximy défie Bpost dans la bataille pour le contrat des journaux, le challenger PPP est également en lice



Trois candidats se sont manifestés auprès du SPF Economie pour le très controversé contrat de distribution de journaux, qui est aujourd'hui entre les mains de Bpost. Outre Bpost et le bruxellois PPP, qui ont déjà exprimé leurs ambitions, le groupe logistique parisien Proximy fait également son apparition, apprend *Business AM*. Ils se disputeront la concession 2024-2028 pour la distribution des journaux et magazines.

De quoi s'agit-il : Au début de l'année, l'État belge a lancé un « appel à concurrence européen » pour que les entreprises puissent se porter candidates à la concession



régissant la distribution des journaux et des magazines entre 2024 et 2028. Ce « contrat des journaux » implique **une subvention de 125 millions d'euros par an**. La date limite de dépôt des candidatures a expiré cet après-midi.

Les candidats :

- Il va de soi que Bpost a posé sa candidature. Il s'agit d'un contrat très important pour l'entreprise, tant sur le plan financier que sur le plan de l'emploi (les estimations vont de 3 000 à 4 000 emplois).
- Le distributeur de presse PPP, basé à Bruxelles, [a annoncé à Business AM à la fin du mois dernier](#) qu'il soumettrait également une offre, ce qu'il a effectivement fait aujourd'hui, confirme Michel d'Alessandro, l'un de ses principaux dirigeants. PPP est cependant limité au lot 1 de la concession, la distribution de journaux.
- Le troisième candidat vient de France. Proximy est un distributeur de journaux opérant dans les départements français de l'Île de France (Paris) et de l'Oise. L'entreprise compte 1 600 employés et se spécialise dans le dernier kilomètre – la dernière étape jusqu'au client – pour les livraisons avant 7 heures du matin. Proximy, qui fait partie du groupe familial Riccobono, est en concurrence pour le lot 1 (journaux) et le lot 2 (magazines).

A noter : le SPF Economie n'a pas voulu confirmer l'identité des candidats, ni même leur nombre. « Cette procédure est confidentielle. Nous ne pouvons communiquer aucune information à ce sujet », a déclaré une porte-parole. *Business AM* a reçu la confirmation de chacun des trois candidats.

L'histoire en bref : La précédente tentative d'attribution de la concession de presse de cinq ans a fait grand bruit l'année dernière, lorsqu'un audit interne de Bpost a révélé une possible collusion entre [Bpost, le PPP et les éditeurs](#). L'affaire a entraîné le départ du PDG de Bpost, [Dirk Tirez](#), et une enquête – [toujours en cours](#) – de l'autorité de la concurrence, l'ABC.

Des liens douteux entre Bpost et le cabinet de la ministre des entreprises publiques Petra De Sutter (Groen) [ont également été mis au jour](#).

BL

B Business AM**Business AM – 9 juin 2023**

Est-ce rationnel à l'heure du numérique ? Plus de la moitié du montant nécessaire à la distribution des journaux et des magazines est subventionné

Est-ce rationnel à l'heure du numérique ? Plus de la moitié du montant nécessaire à la distribution des journaux et des magazines est subventionné

Par **Wouter Verschelden et Emmanuel Vanbrussel**

 **Vendredi 9 juin 2023 à 10:41**

subventionnée pour plus de la moitié en raison de « l'intérêt économique général ». Cela ressort des chiffres de Proximy, le surprenant challenger français de Bpost pour le nouveau contrat de distribution des journaux des cinq prochaines années.

Dans l'actualité : Aujourd'hui, la concession pour la distribution de la presse est détenue par Bpost. Hier, [nous vous annonçons en primeur](#) que Proximy et le

distributeur de presse bruxellois PPP se portaient également candidats pour le contrat 2024-2028.

Les chiffres en un coup d'œil :

- Proximy, une filiale du groupe familial français Riccobono, estime la valeur de la distribution de la presse belge à partir de 2024 à 230 millions d'euros par an, rapportent *Les Echos*. Cela comprend 125 millions d'euros de subventions et 105 millions que les éditeurs paient annuellement. **La distribution de la presse est donc subventionnée à hauteur de 54% par l'État belge, c'est-à-dire le contribuable.**
- Selon les Français, en termes de volume, cela représente 500.000 journaux par jour et 3 millions de magazines par semaine, nécessitant 3.300 distributeurs et 500 employés de soutien.
- Proximy déclare être prêt à reprendre 3.300 employés si les Français décrochent le nouveau contrat. L'aide de l'État s'élève à 55 centimes d'euro par exemplaire de journal et 24 centimes d'euro par magazine, a calculé Proximy.
- Les subventions belges sont six fois plus élevées qu'en France. Le groupe Riccobono, société mère, est le pilier financier de l'offre de Proximy et s'engage à investir plus de 15 millions d'euros dans le projet belge.

Toujours pas d'audit externe

Le contexte plus large : Beaucoup de flou entoure le controversé contrat de journaux : le gouvernement a-t-il payé trop cher pendant des années ? Et est-ce encore le cas ? En février, lorsque la Vivaldi a décidé de relancer l'appel d'offres pour la concession, le vice-Premier ministre de l'Open Vld, Vincent Van Quickenborne, a exigé qu'un audit externe soit effectué sur le coût exact de ce contrat pour Bpost, société cotée en bourse avec comme actionnaire principal l'État belge. En d'autres termes, quelle est la marge bénéficiaire ?

Entre-temps à la Rue de la Loi : Cela n'a pas plu au ministre de l'Emploi, Pierre-Yves Dermagne (PS), qui est en charge du contrat des journaux. Son cabinet a également une ligne directe avec la présidente de Bpost, [Audrey Hanard](#), dont le sang est rouge. Le vice-premier ministre socialiste devait faire réaliser cet audit, [mais traîne des pieds](#) : on entend dire qu'ils ne trouvent pas d'auditeur externe.

Zoom avant : Cet audit est cependant important : en avril, lorsque Bpost a été contraint de lancer un avertissement sur les bénéfices concernant toute une série de contrats publics, il est apparu qu'il y avait un sérieux problème avec leurs marges bénéficiaires

généreuses sur chaque contrat, [la Vivaldi a pu se défendre](#) en disant "qu'elle était déjà en train d'enquêter".

Et maintenant ? Il y a un nouveau problème : "Deux appels d'offre ont déjà été organisés", selon le cabinet de Dermagne, mais aucun auditeur approprié n'a été trouvé. Cela ne rendra pas les partenaires de la coalition particulièrement heureux : l'Open Vld avait déjà menacé d'annuler définitivement le contrat des journaux s'il n'y avait pas d'audit externe. "Le gouvernement examine une nouvelle proposition de piste", annonce-t-on chez Dermagne. Des milliers d'emplois sont en jeu.





DE TIJD – 9 juni 2023

Bpost face à la concurrence française pour un nouveau contrat de presse
Riccobono, en pleine croissance, se prépare à l'expansion à l'étranger de BERT
BROENS

Bpost krijgt Franse concurrentie voor nieuw krantencontract

Snelgroeivende Riccobono maakt zich op voor buitenlandse expansie

BERT BROENS

Bpost en concurrent PPP zijn kandidaat voor het nieuwe krantenbedelingscontract. Maar mogelijk is er verrassend ook een derde gegadigde.

Het stof is wat gaan liggen, maar tot enkele weken geleden was er veel beroering over wat de voorbije jaren misliep aan de top van Bpost en in zijn contacten en contracten met de federale overheid. Met als een van de brandpunten de concessie voor de bedeling van kranten en tijdschriften in ons land.

Dat belette niet dat de federale overheidsdienst Economie een aanbesteding organiseerde voor een nieuwe krantenconcessie, voor de periode 2024-2028. De kandi-

daturen moesten uiterlijk donderdag om 14 uur worden ingediend.

Bpost heeft zijn kandidatuur ingediend, bevestigd Bpost-woordvoester Veerle Van Mierlo. Het tegendeel zou verbazen; de postgroep heeft de concessie al sinds 2015 in handen en het contract is belangrijk voor de werkgelegenheid, zeker nu pas een nieuwe cao is gesloten met de vakbonden met werkzekerheid tot eind 2024.

Ook het kleinere PPP is kandidaat, zegt CEO Michel d'Alessandro. PPP nam het ook bij de vorige aanbesteding op tegen Bpost, als enige uitdager. Onderzoek bracht aan het licht dat Bpost, PPP en de krantenuitgevers DPG en Mediahuis illegale afspraken hebben gemaakt over het vorige krantencontract.

D'Alessandro zegt dat PPP alleen kandidaat is voor het eerste lot, dat voor de kranten, en dus niet voor

250 miljoen

Riccobono was vorig jaar goed voor 250 miljoen euro omzet, waarvan een vijfde uit distributieactiviteiten. Het telt 2.800 werknemers.

dat van de tijdschriften. Hij noemt die laatste 'een moeilijke business'. Bpost is kandidaat voor beide loten.

Een goedgeplaatste bron in de sector heeft het echter ook over een derde partij, de Franse krantenverdelers Proximy. Die maakt deel uit van de Franse mediagroep Riccobono van de gelijknamige zakenfamilie. Jean-Clément Texier, de woordvoerder van de groep, bevestigt de informatie aan De Tijd. Even verrassend is dat Proximy kandidaat is voor beide loten.

Gruppe Riccobono, aangestuurd door Guillaume Riccobono, heette tot voor kort Riccobono Imprimus. Die naam wijst op de kernactiviteit: het drukken van kranten en tijdschriften. Maar daarnaast zijn er twee logistieke divisies: diensten zoals het verpakken in

folie en het verzendingsklaar maken van publicaties en de verdeling ervan met Proximy.

Beslissing na zomer

Als drukkerij is de groep nationaal actief. Maar voor de distributie beperken de activiteiten zich tot de regio Parijs en het departement Oise ten noordwesten van Parijs, waar Proximy 180.000 abonnees en ruim 4.500 persverkooppunten bedient.

De Belgische kandidatuur is de eerste buitenlandse stap voor Riccobono in lange tijd. Maar we bereiden er andere voor', zegt Texier. Het buitenland moet helpen de omzet de komende jaren opnieuw te verdubbelen.

Riccobono groeit snel, onder meer door overnames, bedoeld om de afkayende historische activiteit te compenseren. Het geheel was

vorig jaar goed voor 250 miljoen euro omzet en 2.800 werknemers.

Proximy, dat zo'n 1.500 personeelsleden telt, is nog maar sinds eind 2021 een onderdeel van de groep. Riccobono kocht het bedrijf toen van de krantenuitgever Les Echos-le Parisien. Met zo'n 50 miljoen euro omzet is Proximy net als PPP veel kleiner dan Bpost.

De aanbesteding van het Belgische contract bevat geen precieze timing voor een beslissing over de winnaar. Maar die beslissing moet normaal voor eind dit jaar vallen, allicht pas na de zomer. Het nieuwe contract start op 1 juli 2024.

De FOD Economie laat weten dat hij om de vertrouwelijkheid te waarborgen geen informatie kan geven over de kandidaturen. Ook voogdijminister Hérte-Ves Lermagne (PS) wil geen commentaar kwijt.



L'Echo.be – 9 juin 2023

Un troisième candidat pour disputer la concession de presse à Bpost

Un troisième candidat pour disputer la concession de presse à bpost



©BELGAIMAGE

[MICHEL LAUWERS CORENTIN DI PRIMA](#)

Aujourd'hui à 16:29

Le délai pour faire offre pour la concession 2024-2028 a expiré ce jeudi. Bpost et PPP sont candidats. Le Français Proximy est l'invité surprise de cet appel d'offres.

L'échéance pour le dépôt des candidatures à la nouvelle concession pour la distribution des journaux et périodiques avait été fixée à ce jeudi, 14h. Les opérateurs intéressés devaient se faire connaître auprès du SPF Économie. Qui a effectivement fait montre d'intérêt pour reprendre cette mission pour les cinq prochaines années (2024-2028)?

Trois candidats sont finalement sortis du bois pour mettre la main sur ce juteux contrat. Bpost n'a jamais caché, en effet, qu'il ambitionnait de prolonger son bail avec le SPF pour cinq années supplémentaires. Il nous l'a confirmé, ce jeudi. Logique, puisque le groupe affecte entre 3.000 et 4.000 de ses facteurs, à temps partiel, à cette activité de distribution aux domiciles des abonnés et qu'il table beaucoup sur la compensation financière allouée par l'État pour cette mission: 175 millions d'euros par an, que le gouvernement De Croo veut ramener à 125 millions.

Bpost devra affronter deux concurrents. Le groupe PPP, dont la distribution de la presse aux abonnés est le métier, nous a également confirmé avoir remis une offre. Il ne viserait cependant que le lot concernant les journaux, pas les magazines. Le groupe figure, pour rappel, au cœur de ["l'affaire bpost"](#) qui avait mené au départ-démission du CEO Dirk Tirez.

Le distributeur de journaux français Proximy s'est également porté candidat. L'entreprise fait partie du groupe de médias français Riccobono, de la famille d'affaires du même nom. Le porte-parole du groupe, Jean-Clément Texier, a confirmé l'information à nos confrères du Tjld. De manière assez surprenante, Proximy est candidat pour les deux lots.

Ni PostNL, ni DPD, ni TBC-Post

"J'ai sérieusement songé à poser ma candidature. Mais le jeu m'apparaît tellement faussé que j'y ai renoncé."

THIERRY BRUGMA

FONDATEUR ET CEO, NET EXPRESS (TBC-POST)

Cela fait trois. Et qui d'autre? La société Net Express, qui exploite toujours une activité postale privée sous l'enseigne TBC-Post après la faillite de Mosaïc, aurait-elle pu postuler elle aussi, vu la proximité avec son champ d'action? "J'y ai sérieusement songé, nous répond son fondateur et CEO, Thierry Brugma. Mais le jeu m'apparaît tellement faussé que j'y ai renoncé."

"Non, nous n'avons aucune activité postale en Belgique, nous ne sommes pas intéressés."

LIES FLORENTIE

RESPONSABLE RELATIONS PRESSE DE POSTNL BELGIUM

Et quid des autres acteurs proches? Un groupe voisin comme **PostNL** pourrait-il s'y risquer? "Non, nous n'avons aucune activité postale en Belgique, nous ne sommes pas intéressés", répond sa porte-parole Lies Florentie. Et dans le même ordre d'idée, pourquoi pas **DPD**, la filiale de La Poste française? Son responsable de communication Tom De Bruyckere nous fait la même réponse que PostNL: "Non, cela ne fait pas partie de notre coeur d'activité, qui est la livraison de colis et de produits frais et surgelés." **Pas d'extension ni de diversification en vue donc du côté des spécialistes des colis.**

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la presse – 9 juin 2023

Le Groupe Riccobono candidat au portage de la presse en Belgique

LES MEDIAS ET LEURS DIRIGEANTS

Le groupe Riccobono candidat au portage de la presse en Belgique

L'Etat Belge a récemment lancé un appel d'offres européen afin de désigner un opérateur pour le portage à domicile de la presse au cours des cinq prochaines années.

Cet appel d'offres, dont la date limite de remise des offres était fixée au 8 juin, intègre l'ensemble des activités de portage à domicile des 11 millions d'habitants de la Belgique pour tous les quotidiens dans un premier lot et pour tous les périodiques dans un second lot. La prise de décision est prévue avant la fin de l'année pour une mise en œuvre effective au 1^{er} juillet 2024.

Concernant les journaux, ce sont ainsi plus de 500 000 exemplaires qui doivent être distribués quotidiennement et un peu plus de 3 millions par semaine pour les périodiques, représentant plus de 2 850 tournées de distribution, sept millions d'heures de travail, et l'équivalent de 3 300 salariés équivalent temps plein de portage, et 500 personnes pour les fonctions supports et d'encadrement.

Via sa filiale Proximy, axe de l'un de ses quatre pôles de développement, le groupe Riccobono a annoncé hier qu'il venait de répondre à cet appel d'offres.

Ce projet vise à contribuer à l'ambition du groupe français qui souhaite doubler son chiffre d'affaires dans les années à venir en misant aussi sur une présence internationale. Pour remporter la mise, le groupe Riccobono précise qu'il est prêt à consentir un investissement de plus de 15 millions d'euros.

Sa filiale Proximy se dit par ailleurs ouverte à trouver un accord avec un ou plusieurs confrères. Dans le cadre de sa réponse, Proximy propose aussi d'améliorer la qualité de service assurant la livraison de 90 % des exemplaires avant 7h30 du matin. "Conscient des enjeux sociaux, l'offre de Proximy prendra en compte la situation des 3 300 salariés du prestataire actuel BPost et proposera des contrats adaptés", selon un communiqué.

En France, Proximy distribue actuellement 180 000 abonnés et 4 400 points de vente quotidiennement, exclusivement en Ile-de-France, grâce à ses 1 500 salariés sous contrat.

LeSoir.be – 9 juin 2023**Le Groupe Français Proximy s'élance dans la course pour la nouvelle concession de presse**

Le groupe français Proximy s'élance dans la course pour la nouvelle concession de presse

Proximy a créé la surprise en rejoignant Bpost et PPP dans la course pour la nouvelle concession pour la distribution des journaux et périodiques 2024-2028.



Proximy affrontera Bpost et PPP pour l'appel d'offres pour la concession de presse. - LESOIR



Par BELGA

Publié le 9/06/2023 à 07:20 | Temps de lecture: 1 min

Le délai pour faire une offre pour la nouvelle concession pour la distribution des journaux et périodiques 2024-2028 a expiré ce jeudi. Le français Proximy est l'invité surprise de cet appel d'offres, écrivent *L'Echo* et *De Tijd* vendredi.

Bpost et PPP ont déposé leur candidature à la nouvelle concession pour la distribution des journaux et périodiques, dont la date limite était fixée à ce jeudi, annonçant dès jeudi les quotidiens économiques. Ils assuraient déjà qu'un troisième candidat était dans la course.

Le porte-parole du groupe, Jean-Clément Texier, a finalement confirmé l'information au *Tijd* : Proximy est candidat pour les deux lots. L'entreprise fait partie du groupe de médias français Riccobono, de la famille d'affaires du même nom.

La Libre – 10 & 11 juin 2023

Concession presse : la bataille s'annonce plus serrée que prévu

Concession presse : la bataille s'annonce plus serrée que prévu

■ Le groupe français Riccobono s'est porté candidat comme Bpost et PPP.

L'appel d'offres lancé par le ministre de l'Économie, Pierre-Yves Dermagne (PS), sur la concession pour la distribution de journaux, qui s'est clôturé le mercredi 8 juin, a livré une surprise de taille. En plus des deux candidats connus et déjà concernés, Bpost et PPP, il y en a un troisième qui vient de France. Il s'agit du groupe familial Riccobono fondé il y a 123 ans. *"Nous avons une expérience dans le portage, avec une part du marché national de 42%. On pense qu'il y a des améliorations à faire au niveau du marché belge"*, nous explique le CEO, Guillaume Riccobono.

L'offre du groupe français porte autant sur la distribution des quotidiens que des magazines, mais le CEO se dit ouvert *"à l'idée d'un partenariat si elle aboutit à une meilleure offre globale. On ne vient pas avec une*

proposition où c'est tout ou rien".

Pour rappel, cette concession fait l'objet d'une subvention annuelle de l'État fédéral de 175 millions d'euros, qui est ramenée à 125 millions d'euros pour la nouvelle concession qui entrera en vigueur en 2024. Jusqu'à maintenant, cette concession a été attribuée à Bpost, avec quelques missions confiées à PPP dans certaines villes dont Bruxelles. La réduction de 175 à 125 millions, décidée dans le cadre des discussions budgétaires de l'été dernier, va de pair avec une révision du cahier des charges. Un des changements: une distribution de 80% des journaux la semaine avant 7h30 au lieu de 100% précédemment. *"Notre offre de prestation est meilleure avec un niveau de 90%"*, assure Guillaume Riccobono.

Conditions tarifaires

Les éditeurs de journaux rétribuent également le distributeur. *"Notre offre permet de challenger l'opérateur actuel. On a proposé des conditions tarifaires plus intéressantes. Dans tous les cas de figure, les gagnants sont les éditeurs grâce à des*

conditions tarifaires plus intéressantes", poursuit Guillaume Riccobono.

Il semblerait que chaque candidat puisse revoir ses conditions alors que le gouvernement doit trancher pour la fin de l'année au plus tard. Pourrait-il choisir un groupe qui n'a pas de personnel en Belgique alors que l'activité de distribution concerne 3300 salariés (mais pas à temps plein)? *"On proposera des offres d'emploi aux salariés"*, explique Guillaume Riccobono. Un temps d'adaptation de 6 mois a été prévu pour la nouvelle entreprise choisie s'il ne s'agit pas de Bpost. Il est évident que dans un tel cas de figure, l'entreprise publique, qui emploie 27 000 personnes en Belgique, devra négocier un certain nombre de départs ou transferts de personnel.

La partie n'est donc pas gagnée pour Bpost, qui est déjà mise à mal par les soupçons de collusion avec les éditeurs flamands DPG Média et Mediahuis justement dans le cadre de l'attribution de la concession. L'action Bpost a perdu ce vendredi 1,84% à 4,06 euros.

Ariane van Caloen



Guillaume Riccobono
CEO du groupe Riccobono

Caractère – 12 juin 2023

Groupe Riccobono, candidat au portage de la presse en Belgique

Groupe Riccobono, candidat au portage de la presse en Belgique

lundi, 12 juin 2023 | Auteur La rédaction | Actualités

L'IMPRIMEUR, QUI A FAIT ÉVOLUER SES ACTIVITÉS VERS DES SECTEURS CONNEXES, AFFIRME UNE GRANDE AMBITION : CELLE DE DOUBLER SON CHIFFRE D'AFFAIRES DANS LES ANNÉES À VENIR EN SE DÉVELOPPANT EN FRANCE COMME À L'ÉTRANGER.

Décidément, Groupe Riccobono est bien décidé à poursuivre la consolidation du secteur de la presse, non seulement dans l'imprimerie mais aussi dans le portage, secteur dans lequel il évolue depuis la reprise de Proximy, en 2021. Alors que l'État Belge vient de lancer un appel d'offres européen afin de désigner un opérateur pour le portage à domicile de la presse au cours des cinq prochaines années, Groupe Riccobono a décidé de se porter candidat et le fait savoir. Il faut dire que le marché est de taille, puisque cet appel d'offres intègre l'ensemble des activités de portage à domicile des 11 millions d'habitants de la Belgique, pour tous les quotidiens, dans un premier lot, et pour tous les périodiques, dans un second lot.

Si sa candidature est retenue (réponse attendue d'ici la fin de l'année), Groupe Riccobono investira plus de 15 millions d'euros et mettra à profit son expertise et les outils informatiques spécifiques développés par Proximy. « *Nous pensons avoir de sérieux atouts pour être sélectionné, tout en restant ouvert à trouver un accord avec un ou plusieurs confrères permettant d'apporter les meilleures conditions et services pour les éditeurs belges* », indique le groupe dans un communiqué. Dans le cadre de sa réponse, Proximy propose d'améliorer la qualité de service prévue par l'État en assurant la livraison de 90% des exemplaires avant 7h30 du matin.

L'une des raisons qui pousse Proximy à se positionner sur ce marché est aussi le fort soutien de l'État Belge au portage qui représentera, à partir de 2024, près de 55 centimes d'aide par exemplaire pour les quotidiens et près de 24 centimes par exemplaire pour les périodiques. « *En France, malgré la volonté affichée des pouvoirs publics de vouloir augmenter son soutien au portage afin de le privilégier à la livraison postale, l'aide à l'exemplaire n'est encore actuellement que de 4 centimes d'euro par exemplaire pour le portage (plus 4 centimes au réseau) et 30 centimes pour la livraison postale, soit près de six fois moins qu'en Belgique. Néanmoins, cet écart devrait se réduire et l'aide au portage devrait à minima se rapprocher de l'aide postale si la volonté affichée des pouvoirs publics français de privilégier le portage au postal devait se concrétiser* », explique le groupe.



Les Clés de la Presse – 13 juin 2023

Le Groupe Riccobono candidat au portage de la presse en Belgique

Le groupe Riccobono candidat au portage de la presse en Belgique

 Le groupe Riccobono a répondu, via sa filiale Proximy, à l'appel d'offre lancé par l'Etat belge qui cherche un opérateur pour le portage à domicile de la presse au cours des cinq prochaines années, dans un premier temps pour les quotidiens, puis dans un second lot pour les magazines. Le projet prévoit une distribution quotidienne de plus de 500 000 exemplaires et une distribution hebdomadaire de 3 millions d'exemplaires, représentant 2850 tournées de distribution, 7 millions d'heures de travail, et l'équivalent de 3300 salariés équivalent temps pleins de portage, et 500 personnes pour les fonctions supports et d'encadrement. S'il obtient ce marché (la prise de décision est prévue avant la fin de l'année pour une mise en œuvre effective au 1^{er} juillet 2024), Riccobono prévoit un investissement de plus de 15 millions d'euros.



GraphiLine – 13 juin 2023

Le Groupe Riccobono bientôt responsable du portage de la presse en Belgique ?

Le Groupe Riccobono, bientôt responsable du portage de la presse en Belgique ?



Avec cette possible avancée belge du Groupe Riccobono dans la distribution, le Français compte arriver à doubler son chiffre d'affaires d'ici quelques années.



Faustine Loison

Publié le 13-06-2023

Écoutez cet article

▶ 0:00 / 3:18   

Le Groupe Riccobono s'est positionné sur un très important contrat. Le Français qui compte 12 imprimeries, trois centres de brochage et sept sites de routage est en effet candidat à l'appel d'offres européen lancé par l'État belge. Celui concerne, à partir du 1er juillet 2024, l'ensemble des activités de portage à domicile des 11 millions d'habitants de la Belgique, au cours des cinq prochaines années. Ce marché, divisé en deux lots – l'un pour tous les quotidiens, l'autre pour tous les périodiques – représente l'équivalent de 3 300 salariés temps pleins de portage et 500 personnes supplémentaires pour les fonctions supports et d'encadrement.

15 millions d'euros d'investissement pour Riccobono

Par sa filiale Proximity acquise en 2021 et qui représente 20 % des 250 millions d'euros de son chiffre d'affaires, le Groupe Riccobono a répondu à cet appel d'offres en mettant en avant un investissement de plus de 15 millions d'euros. La décision d'attribution sera dévoilée d'ici la fin de l'année.

Pour le groupe imprimeur depuis 1900 qui s'est récemment diversifié sur des secteurs complémentaires à la production de journaux, ce projet correspond à son ambition de doubler son chiffre d'affaires dans les années à venir en misant sur une présence internationale.

De "sérieux atouts" pour remporter cet appel d'offres

Avec Proximity, qui livre 180 000 abonnés et 4400 points de vente quotidiennement en Île-de-France, avec ses 1500 salariés, le groupe dirigé par Guillaume Riccobono estime "avoir de sérieux atouts pour être sélectionné" fait-il savoir.

L'offre de Proximity prendra en compte la situation des 3 300 salariés du prestataire actuel Bpost.

Il reste également ouvert à créer un partenariat avec un ou plusieurs confrères afin d'apporter les meilleures conditions et services aux éditeurs belges.

Dans le cadre de sa réponse, Proximity propose d'assurer la livraison de 90 % des exemplaires avant 7h30 du matin. L'État belge a en effet décidé de ne délivrer plus que 80 % des exemplaires avant cette heure-là, et non plus 100 % comme actuellement.

Un appel à un rééquilibrage des aides postales et au portage

Riccobono souligne que la Belgique soutient fortement le portage qui représentera, à partir de 2024, 55 centimes d'aide à l'exemplaire pour les quotidiens et 24 centimes pour les périodiques. En France, *"malgré la volonté affichée des pouvoirs publics de vouloir augmenter son soutien au portage"* par rapport à la livraison postale, l'aide à l'exemplaire n'est actuellement que de 4 centimes d'euros l'exemplaire pour le portage (plus 4 centimes au réseau), contre 30 centimes à l'exemplaire pour la livraison postale, regrette-t-il.

"Le Groupe Riccobono souhaite que ce rééquilibrage entre l'aide postale et le soutien au portage soit l'un des thèmes tranchés à l'occasion de la mission sur la distribution de la presse lancée par le ministère des Finances et le ministère de la Culture."

Caractère – N°808, 809 – juin, juillet 2023

Riccobono Imprimeurs change de nom

Riccobono Imprimeurs change de nom

Pour afficher sa polyvalence et accompagner son évolution vers des métiers connexes à l'imprimerie, Riccobono Imprimeurs (dont le siège social est à Baillargues, 34) a choisi de changer d'identité en devenant Groupe Riccobono. Il met en avant trois valeurs (respect, solidarité et entrepreneuriat) et un slogan : « Permettre la transmission au plus grand nombre ». Comptant 2 800 personnes et réalisant un CA de 250 millions d'euros, le groupe articule ses activités autour de quatre pôles : l'impression de la PQN et PQR ; l'impression de magazines et publicités ; le façonnage-brochage (avec France Routage) ; et la distribution et le portage (avec Proximy).

Éclairage : Si ce changement de nom est en phase avec la stratégie du groupe, il risque d'accroître la confusion avec le groupe d'imprimeries de labour du même nom dont le siège social est au Muy (83).

Caractère – N°808, 809 – juin, juillet 2023

Midi Print, Loïc Le Deuff Directeur du Centre d'Impression

MIDI PRINT

Loïc Le Deuff

Directeur du centre d'impression

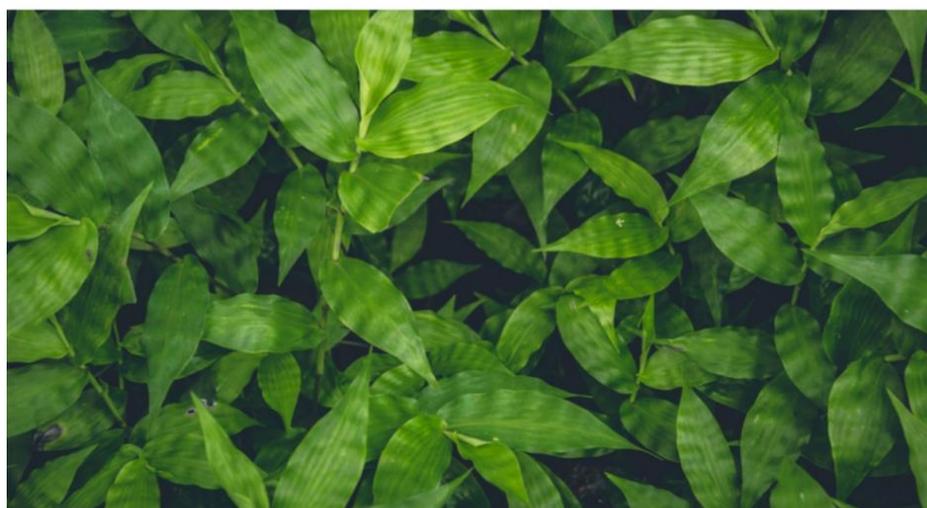
Auparavant directeur industriel de La Provence, Loïc Le Deuff vient d'intégrer Groupe Riccobono comme directeur du centre d'impression Midi Print, situé à Gallargues-le-Montueux (34) et où sont imprimés de nombreux titres de la presse quotidienne nationale.

L'arrivée de Loïc Le Deuff marque le rapprochement entre le groupe et la presse quotidienne régionale (PQR). Déjà leader sur la presse quotidienne nationale (PQN), le groupe se verrait bien devenir l'imprimeur privilégié de la PQR.

CBNews – 19 juin 2023

Empreinte carbone : MLP et Proximy s'accordent pour la livraison de leurs mêmes 600 diffuseurs Parisiens

EMPREINTE CARBONE : MLP ET PROXIMY S'ACCORDENT POUR LA LIVRAISON DE LEURS MÊMES 600 DIFFUSEURS PARISIENS



LE 19 JUIN 2023 À 19:37

PAR THIERRY WOJCIAK 

Ecouter cet article EMPREINTE CARBONE : MLP ET PROXIMY S'ACCORDENT POUR LA LIVRAISON DE LEURS MÊMES 00:00

Dans un souci de réduire ses émissions de CO₂, la messagerie de presse MLP annonce avoir choisi Proximy, filiale du Groupe Riccobono, pour la mutualisation de la livraison à partir de l'automne 2023 de leurs mêmes 600 diffuseurs parisiens. « Cet accord doit constituer un exemple pour la filière de la distribution de la presse : mutualiser sans fusionner, maintenir la concurrence et tendre vers les objectifs économiques et environnementaux de la loi dite de modernisation de la distribution de la presse » de 2019, souligne un communiqué.



Les Clés de la Presse – 20 juin 2023

MLP et Riccobono mutualisent la livraison des diffuseurs parisiens

Actualités

MLP et Riccobono mutualisent la livraison des diffuseurs parisiens

 MLP et le groupe Riccobono s'engagent dans la réduction de l'impact environnemental en mutualisant la livraison des diffuseurs parisiens. Les deux entreprises livrent actuellement les mêmes 600 marchands de presse : MLP la presse magazine et Proxymy la presse quotidienne parisienne. Les tournées seront désormais mutualisées dans une perspective de réduction de la pollution atmosphérique et de désengorgement de la ville. « *Cet accord doit constituer un exemple pour la filière de la distribution de la presse, précisent les deux partenaires dans un communiqué: mutualiser sans fusionner, maintenir la concurrence et tendre vers les objectifs économiques et environnementaux de la loi dite de modernisation de la distribution de la presse* ».

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse – 20 juin 2023

MLP confie à Proximy (Groupe Riccobono) la livraison de la presse magazine auprès des marchands de presse parisiens

MLP confie à Proximy (Groupe Riccobono) la livraison de la presse magazine auprès des marchands de presse parisiens

MLP et Proximy (Groupe Riccobono) ont annoncé hier une mutualisation de la livraison de la presse auprès des marchands de presse parisiens.

Aujourd'hui, les 600 marchands de presse parisiens sont livrés chaque jour par trois acteurs de la distribution de la presse.

- D'une part, par des tournées opérées par France Messagerie qui livrent leurs titres (quotidiens et magazines) ainsi que des titres qui ont rejoint les MLP en 2020 lors du dépôt de bilan de Presstalis mais dont il avait été convenu que MLP continuerait de confier leur livraison à France Messagerie pendant cinq ans, soit jusqu'en 2025 (cf. CP du 28/05/2020). Ces titres MLP sont préparés dans son centre de groupage de Villabé dans l'Essonne puis livrés à Bobigny (France Messagerie) ;
- D'autre part, par des tournées opérées par MLP en ce qui concerne les titres (magazines) déjà aux MLP avant la disparition de Presstalis ;
- Enfin, par des tournées opérées par Proximy pour "Le Parisien".

Dans le cadre de l'accord annoncé hier, MLP a choisi Proximy, filiale du Groupe Riccobono depuis 2022, pour la livraison des 600 diffuseurs parisiens à partir de l'automne 2023. Les tournées seront désormais mutualisées, puisque les deux entreprises livrent actuellement les mêmes 600 diffuseurs parisiens.

Dans un premier temps, Proximy assurera donc la livraison des titres MLP qui devraient être rejoints, à compter de 2025, par les titres MLP livrés pour l'heure par France Messagerie.

Cet accord s'inscrit dans "une perspective de réduction de la pollution atmosphérique et de désengorgement de la ville", soulignent les deux groupes dans un communiqué. "Cette coopération stratégique permet d'assurer quotidiennement la distribution de la presse à Paris en réduisant l'impact environnemental tout en préservant les équilibres économiques", poursuit le communiqué commun.

Engagée à réduire les émissions de CO2 depuis le 1^{er} janvier 2022, dans le cadre du programme Fret 21, MLP a choisi Proximy dont à court terme, 70 % des livraisons dans la capitale seront effectuées au moyen de véhicules électriques.

De son côté, MLP s'est également engagée à réduire ses émissions de CO2 de 5 % sur la période 2022-2024. Le groupe souligne que cet objectif est "largement dépassé", "notamment par la suppression d'une journée hebdomadaire de livraisons vers les 64 dépositaires régionaux" (ndlr : à savoir le lundi depuis février 2023).

Le Groupe Riccobono souligne aussi qu'il poursuit ainsi sa diversification dans les industries de la presse "en recherchant des synergies avec les autres acteurs tout en respectant leurs métiers et leur indépendance". "Cet accord doit constituer un exemple pour la filière de la distribution de la presse : mutualiser sans fusionner, maintenir la concurrence et tendre vers les objectifs économiques et environnementaux de la loi dite de modernisation de la distribution de la presse du 18 octobre 2019 n° 2019-1063", conclut le communiqué.



Challenge^s

Challenge – N°792 – 22 juin 2023

Brève Le Groupe Riccobono a signé avec les MLP

Par Thuy-Diep Nguyen

➤ Indigo Publications (*La Lettre A, Africa Intelligence...*) déménage cet été dans des locaux rue de la Fontaine-au-Roi, à Paris XI^e.

Hachette écrit une nouvelle histoire dans le métavers

En attendant son rachat par IMI, le groupe de Daniel Kretinsky, **Editis** doit couper les ponts avec Vivendi. La Commission européenne va donc nommer un administrateur indépendant placé sous le contrôle d'un mandataire externe. Son nom, qui a été proposé par Vivendi, sera révélé dans les prochains jours.

Quatre patrons interpellent les deux candidats à la présidence du **Medef** lors du débat sur BFM Business le 26 juin, dont Pascal Demurger (Maif), Maurice N'Diaye (Descartes & Mauss) et le restaurateur Stéphane Manigold.

La veille de sa nomination officielle, le 14 juin, à la matinale de France Info, **Jérôme Chapuis** disait à la rédaction de *La Croix*, qu'il dirigeait, être tenté de rester.

La moitié de la rédaction de **01net.com** va exercer une clause de cession en juin, soit cinq personnes, en accord avec le nouveau propriétaire. Les employés, qui souhaitent pas renouveler son statut de publication de presse.

Amazon Prime Video ajoutera une fonction de retransmissions de matchs de foot : un contenu qui arrivera avec un retard pour garder un résumé.

Une rentrée littéraire d'un nouveau genre. Les éditions Stock, filiale du groupe Hachette, donnent rendez-vous à leurs lecteurs le 26 juin prochain dans un univers virtuel créé pour l'occasion. Une première mondiale dans l'édition. Le géant Hachette Livre – premier groupe français dans l'édition et troisième mondial (hors éditions professionnelles) – a noué un partenariat avec PowerZ, une start-up fondée par **Emmanuel Freund** – aussi créateur de Shadow – qui mise sur les jeux vidéo pour éduquer les enfants, et dont Hachette est actionnaire depuis 2021 au côté de Bayard.

Concrètement, le 26 juin, un musée virtuel ouvrira gratuitement ses portes à tous les amateurs de technologie ou de littérature qui navigueront entre les livres du catalogue de Stock dans un décor parisien. Les avatars de Manuel Carcassonne et Andrea Marcolongo, respectivement patron des éditions Stock et autrice de *Déplacer la lune de son orbite*, présenteront les œuvres exposées. Le projet a coûté plusieurs centaines de milliers d'euros, répartis également entre la start-up et Hachette. Et s'inscrit à contre-courant de l'opinion publique. L'euphorie autour du métavers est largement retombée, après le flop de l'univers virtuel créé par le groupe Meta. « Cette technologie permet une démocratisation de la culture et ouvre de nouvelles manières de s'intéresser à la lecture », exulte pourtant Emmanuel Freund, qui rêve de voir PowerZ devenir un « Gafa de l'éducation ».

Côté Hachette, filiale de Lagardère en cours de rachat par Vivendi, l'objectif est double : innover et toucher un nouveau public, plus jeune. « Il s'agit d'un joli pied de nez, s'amuse Manuel Carcassonne. Nous voulons atteindre les gens autrement, avec une expérience complémentaire à la rentrée physique. » Le projet a vocation à être décliné par PowerZ. Le musée virtuel sera ouvert régulièrement pour de nouvelles expériences culturelles. Au-delà des éditions Stock, d'autres partenaires sont pressentis, comme Bayard ou le réseau MK2.

A. C.

L'adtech des télécoms européens promet plus de transparence

Dans la publicité en ligne, une alternative aux Gafam se dessine. Alors que se tient du 19 au 23 juin le Cannes Lions, festival international de la publicité, les poids lourds des télécoms européens – Orange, Telefonica, Vodafone et Deutsche Telekom – lancent en France Utiq, leur propre adtech. Cette technologie vise à pallier la disparition programmée en 2024 des cookies tiers, traceurs qui récoltent des données sur les internautes. Bouygues, SFR et Altice Media expérimentent la solution jusqu'au mois d'août.

Le ciblage est réalisé à l'aide d'un jeton sécurisé créé par Utiq, à partir de l'abonnement au réseau fixe et mobile de l'utilisateur. A condition que ce dernier ait donné son consentement. Basée en Belgique, la structure est dirigée par Marc Bresseel, ancien de Micro Advertising en France. « La fin des cookies tiers est l'occasion de redéfinir un modèle basé sur la confiance et la responsabilité », dit-elle. Après l'Allemagne et la France, Utiq vise l'Espagne, le Royaume-Uni et l'Italie.

A. C.

La députée MoDem **Sophie Mette**, qui avait travaillé l'an dernier sur une mission flash sur la place de chaînes françaises face aux géants américains Netflix, Prime Video ou Disney+, va revenir à la charge, en plein débat sur l'avenir de l'audiovisuel public.

L'Equipe mobilisera une centaine de journalistes pour les JO 2024, avec des lives sur Twitch chaque soir, et des documentaires et enquêtes sur L'Equipe Explore.

L'agence de presse chinoise Xinhua organise le 28 juin, dans les nouveaux locaux parisiens de **Mandarin TV**, une rencontre franco-chinoise pour « célébrer les 10 ans des nouvelles routes de la soie ».

Le groupe **Riccobono** a signé avec les MLP pour distribuer par véhicule électrique tous les magazines dans les 600 points de vente de Paris. En 2022, le portage pesait 20% de ses 250 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Retrouvez la chronique économique de Gilles Fontaine

Le samedi à 7h10 dans LE 6/9 d'ERIC DELVAUX

inter france

Fréquence Paris : 87,8 MHz

CHALLENGES N°792 - 22 JUIN 2023

unionpresse.fr – 23 juin 2023

MLP et le Groupe Riccobono s'engagent dans la réduction de l'impact environnemental



Dans le cadre du programme Fret 21, les Messageries Lyonnaises de presse continuent de prendre des engagements en faveur de l'environnement. MLP a choisi Proximy, filiale du Groupe Riccobono, pour la livraison des 600 diffuseurs parisiens à partir de l'automne 2023.

Selon un communiqué commun, les deux entreprises "livrent actuellement les mêmes 600 diffuseurs parisiens, MLP la presse magazine et Proximy la presse quotidienne parisienne". D'ici plusieurs semaines, les tournées seront mutualisées dans une perspective de réduction de la pollution atmosphérique et de désengorgement de la ville. La filiale Proximy a déjà amorcé sa mutation environnementale. À court terme, la société espère que 70% des livraisons dans la capitale seront effectuées au moyen de véhicules électriques.

Cette nouvelle coopération stratégique permettra d'assurer quotidiennement la distribution de la presse à Paris en faisant d'une pierre deux coups : réduire l'impact environnemental et préserver les équilibres économiques. Sur la période 2022-2024, MLP s'est engagée à réduire ses émissions de CO2 de 5 %. L'objectif a largement été dépassé, notamment grâce à la suppression d'une journée hebdomadaire de livraisons vers les 64 dépositaires régionaux. De son côté, le Groupe Riccobono poursuit sa diversification dans les industries de la presse. Toujours en recherchant des synergies avec les autres acteurs et en respectant leurs métiers et leur indépendance.

La
Correspondance de la Presse

Correspondance de la Presse – 29 juin 2023

VSD / Groupe Riccobono

INFORMATIONS DIVERSES

♦ **"VSD" / Groupe Riccobono** : Heroes Média qui a repris "VSD" à la barre du tribunal de Commerce de Paris en avril dernier (cf. CP du 11/04/2023) a confié au Groupe Riccobono l'impression, le façonnage et le routage du titre au travers de trois de ses quatre pôles d'activités. Newsprint, centre d'impression offset heatset à Lieusaint (en Seine-et-Marne) est missionné pour réaliser l'impression des 144 pages des cahiers intérieurs. Un nouveau papier est retenu "un papier LWC haut-de-gamme". Par ailleurs, les quatre pages de couvertures sont réalisées chez Hélios Print à Mary-sur-Marne (en Seine-et-Marne) également en impression offset heatset. "VSD" a parallèlement confié le façonnage et le routage du titre au centre HP Brochage présent sur le site d'Hélios Print. La distribution est réalisée par MLP. A l'occasion du lancement de sa nouvelle formule, je jeudi 29 juin, "VSD" adopte une nouvelle baseline : voir, savoir, découvrir.

La Lettre
+ les clés de
La presse
La boîte à outils des professionnels de la presse

Les Clés de la Presse – 30 juin 2023

VSD reprend l'offensive, sur le papier et le Web



L'événement

VSD reprend l'offensive, sur le papier et le Web

+ Un peu plus de deux mois après sa reprise par Heroes média, le nouveau VSD débarque aujourd'hui, 30 juin, dans les kiosques. « C'est une évolution, pas une révolution, nous explique Philippe Abreu, le président d'Heroes média. VSD change, sur la forme comme dans le fond, mais respecte l'organisation éditoriale historique entre actualité, art de vivre et culture ». Signe de cette volonté de s'inscrire dans l'histoire, le journal reprend le logo créé par Maurice Siegel, le fondateur du magazine. En revanche, plus question d'afficher le vendredi-samedi-manche du rythme hebdomadaire, place au voir-savoir-découvrir d'un mensuel.

Une nouvelle ligne éditoriale

La nouvelle maquette et la nouvelle charte graphique traduisent la volonté des repreneurs de proposer aux lecteurs une nouvelle ligne éditoriale à la fois événementielle, réactive, informative, fédératrice et, surtout, incarnée. Toutes les thématiques et les rubriques sont abordées via des personnalités connues, dont un grand nombre travaillent sur TF1 et RTL, avec qui VSD a signé des partenariats. Le climat est ainsi incarné par Louis Bodin, la santé par le Dr Gérard Kierzek, les astres par Christine Haas, l'aventure par Alexandre Debanne, la nature par Olivier Chiabodo, la gastronomie par Alain Ducasse, la télévision par Isabelle Morini-Bosc, sans oublier Philippe Bouvard.

Des objectifs de diffusion ambitieux

Si les repreneurs ont mis les bouchées doubles pour sortir cette nouvelle formule (le 30 juin) et le nouveau site (le 1^{er} juillet) en deux mois, c'est parce que « la période estivale est la plus propice aux ventes au numéro ». Le tirage du numéro de juillet (150 000 exemplaires, dont l'impression, le façonnage et le routage ont été confiés au groupe Riccobono) traduit les ambitions d'Heroes média. « Sur un titre comme VSD, l'élasticité des ventes est très forte, affirme Philippe Abreu. Notre objectif est clairement de passer dès cet été la barre des 50 000 exemplaires en ventes au numéro (contre 20 000 à 25 000 en moyenne jusque-là, sans compter les 10 000 abonnés, NDLR) ». Pour y arriver, il mise sur une forte présence médiatique de ses signatures, sur le relais des marchands de presse qui ont tous été sensibilisés à cette relance, « plutôt à côté de Paris match, Gala et Point de vue que des newsmagazines » et, bien sûr, sur le contenu lui-même. Pour fêter les 25 ans, le 12 juillet prochain, de la première coupe du monde de foot remportée par la France en 1998, VSD publie une interview de Didier Deschamps par Jean-Luc Reichmann, l'une des personnalités TV préférées des Français. « Notre ambition est d'arriver à une diffusion de 70 000 exemplaires fin 2023 ou début 2024 », ajoute-t-il.

Un potentiel publicitaire à défricher

Une diffusion élevée serait aussi un bel argument pour séduire les annonceurs. Certains sont déjà présents dans les magazines de l'été, mais c'est en septembre, que la régie sera enfin constituée (« nous sommes en train de recruter la personne qui l'incarnera à la rentrée », révèle Philippe Abreu) et que la commercialisation publicitaire débutera sérieusement. « Comme nous partons de zéro sur le plan des recettes publicitaires et digitales, le potentiel de développement est infini », sourit-il.

Didier Falcand

Save the date

La prochaine édition de Demain le sport placée sous le signe de la France qui gagne

Après le succès de la première édition, France info, l'Equipe et France télévisions organiseront le 19 septembre leur événement Demain le sport, sur le thème de la France qui gagne. A moins d'un an des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024, Demain le sport se veut un lieu de rencontres entre les acteurs du monde sportif français et international, et le grand public. Une journée riche en réflexions et échanges sur le sport de demain, sous toutes ses facettes. L'an passé, 4000 personnes avaient suivi les débats sur l'avenir du sport et les interventions de près de 80 champions du monde et institutionnels du sport français.

Talents

Stéphane Albouy, directeur de la rédaction du Journal du dimanche, est nommé directeur délégué de la rédaction chargé du numérique et de la transformation de Paris match. Il prendra ses fonctions, comme Jérôme Béglé, nommé directeur général de la rédaction il y a quelques jours, le 1^{er} août.

Kévin Sdrigotti est nommé responsable de la relation adhérents et de la communication de l'Union des marques. Il aura la charge de renforcer les liens entre l'organisation et ses membres, tout en promouvant les initiatives, les événements et les partenariats de l'association auprès de ses membres et du marché.

Charles Ruelle (Humensis-PUF) a été réélu à la présidence du Syndicat de la presse culturelle et scientifique (SPCS) pour un mandat de deux ans.

Juillet 2023



Caractère – 03 juillet 2023

Le magazine << VSD >> , imprimé et broché par Groupe Riccobono

Le magazine « VSD », imprimé et broché par Groupe Riccobono

lundi, 03 juillet 2023 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Depuis le jeudi 29 juin, *VSD* est de retour en kiosque, avec une nouvelle formule, dans une version mensuelle tirée à 150 000 exemplaires. Heroes Medias, éditeur qui a repris le titre au tribunal de commerce, a choisi de confier sa production à Groupe Riccobono. Newsprint, centre d'impression offset heatset à Lieusaint (77), est chargé de réaliser l'impression des 144 pages des cahiers intérieurs sur un papier LWC haut de gamme. Par ailleurs, les quatre pages de couverture sont réalisées chez Hélios Print, à Mary-sur-Marne (77), également en impression offset heatset. *VSD* a parallèlement confié le façonnage et le routage du titre au centre HP Brochage, présent sur le site d'Hélios Print. La proximité des centres permettant d'intervenir plus efficacement sur l'ensemble de la chaîne graphique. La distribution est réalisée par MLP.

La
Correspondance de la Presse

Correspondance de la Presse – 06 juillet 2023

M. Fabrice VEHERT est nommé directeur du centre de presse de Nancy Print (Groupe Riccobono)

M. Fabrice VEHERT est nommé directeur du centre de presse de Nancy Print (Groupe Riccobono)

M. Fabrice VEHERT est nommé directeur du centre de presse de Nancy Print à Jarville-la-Malgrange au sein du Groupe Riccobono.

Il succède à M. Alain MASSON qui a fait valoir ses droits à la retraite. M. VEHERT était jusqu'alors son adjoint.

Né en 1982, titulaire d'un bac pro industries graphiques option imprimerie et d'un BTS industries graphiques et communication, M. Fabrice VEHERT intégra les équipes de Nancy Print à la sortie de son BTS. Il occupa le poste de bobinier rotativiste opérateur CTP pendant 13 ans, puis évolua comme responsable de production pendant cinq ans. Il devint ensuite directeur adjoint pendant une année auprès de M. Alain MASSON.

Nancy Print, imprimerie offset coldset situé à Jarville-la-Malgrange (Meurthe-et-Moselle) a ouvert en 1976. Le centre est équipé d'une rotative Universal Goss 45 simple laize, simple développement avec une capacité machine allant de 8 à 64 pages quadri avec la possibilité de couper et recasser en sortie machine pour une vitesse machine jusqu'à 45 000 exemplaires par heure. En plus de l'impression, Nancy Print est équipé d'un espace routage composé d'un équipement Sitma qui permet de réaliser le routage avec l'offre à découvert à l'aide de mémo-stick ou sous emballage thermoscellant. Plus de 21 personnes assurent la production.

A Nancy Print sont imprimés six titres de la presse nationale qui sont "L'Humanité", "Libération", "Le Canard Enchaîné", "Aujourd'hui en France", "L'Equipe", et le "Journal du dimanche". Le centre traite également tous confondus une vingtaine de titres de la presse régionale hebdomadaire et mensuelles comme "Le Patriote beaujolais", "Haute-Saône" ou "La Presse Bisontine". Nancy Print détient le label Imprim'Vert avec une imprimerie sans chimie et à ce jour en test pour l'impression à l'aide d'encre végétales.

Août 2023

**Caractère – 21 août 2023**

Fabrice Vehert devient directeur de Nancy Print

Fabrice Vehert devient directeur de Nancy Print

lundi, 21 août 2023 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Le Groupe Riccobono annonce la nomination de Fabrice Vehert au poste de directeur du centre de presse Nancy Print (Jarville La Malgrange, 54). Il remplace Alain Masson qui a fait avoir ses droits à la retraite. Fabrice Vehert est donc à la tête d'une entité de 21 personnes appartenant au Groupe Riccobono, spécialisée dans l'impression de presse quotidienne. À Nancy Print sont imprimés six titres de la presse nationale : *L'Humanité*, *Libération*, *Le Canard Enchaîné*, *Aujourd'hui en France*, *L'Équipe*, et le *JDD*. Le centre traite également une vingtaine de titres de la presse régionale hebdomadaire et mensuelle comme *Le Patriote beaujolais*, *Haute-Saône*, *La Presse Bisontine*.



Actu Environnement – 31 août 2023

Gagner en efficacité énergétique dans les usines : chez Hélioprint, l'eau et l'énergie sont en osmose

☆ Gagner en efficacité énergétique dans les usines (2/5) : chez Hélioprint, l'eau et l'énergie sont en osmose

Pour l'imprimeur Hélioprint de Mary-sur-Marne (77), la politique environnementale menée depuis plusieurs années se traduit par des chantiers d'efficacité énergétique mêlant baisse de la consommation et économies d'eau grâce notamment à l'osmose inverse.

TECHNO | Energie | 31.08.2023 | F. Roussel



La chaudière de l'usine est désormais équipée d'un osmoseur.

© Hélioprint

« Nous voulions changer l'image de l'imprimerie, trop souvent considérée comme polluante. » C'est la motivation première qui a poussé Hélioprint, imprimerie du groupe Riccobono à Mary-sur-Marne (Seine-et-Marne), à s'interroger sur l'empreinte environnementale de ses produits d'impression et sur leur impact énergétique. « D'autant plus que le groupe s'est engagé dans une démarche continue d'amélioration des performances environnementales et une politique exigeante de réduction des consommations et des déchets de ses sites de production », précise Anthony Richou. « En lien avec la sensibilisation de nos clients sur l'impact de leurs commandes, nous avons travaillé sur une politique d'économies d'énergie à partir de 2018 », poursuit le directeur technique d'Hélioprint, dans un contexte de baisse des volumes et de faibles marges. Cette chasse aux consommations s'est concentrée sur le process de fabrication, puisque « [celle] de gaz était très élevée et servait à 70 % à la fabrication de vapeur », détaille M. Richou. Cette approche a permis d'identifier plusieurs postes de travaux, sous la houlette de la société Helliio, spécialisée dans la maîtrise de l'énergie.

Compter et récupérer l'énergie partout où elle se perd

Le site a par exemple travaillé sur la production d'air comprimé en installant des variateurs de vitesse sur les compresseurs, mais également des séquenceurs électroniques pour ajuster la pression aux besoins réels. Sur la production de froid, les travaux réalisés pour augmenter la puissance ont intégré la mise en place d'un système de récupération de chaleur, pour faire passer de 20 à 55 °C la température de l'eau avant son entrée dans la chaudière.

Il a été décidé également de récupérer l'énergie sur le système de traitement de l'air chargé en solvants, base des encres utilisées sur le site. Ce système consiste à faire passer l'air pollué à travers un filtre à charbon actif. Une

fois saturé, ce dernier est nettoyé à la vapeur avec, en sortie, un désorbat composé d'encre et d'eau qu'il faut refroidir. Une tour de refroidissement abaisse sa température à 35 °C, ce qui assure la condensation, puis la séparation de l'eau et des solvants ainsi régénérables. Désormais, un système d'échangeur de chaleur récupère les calories du désorbat et les transmet à un réseau de pompes à chaleur afin de chauffer les 70 000 m² de l'usine. « *Notre consommation de gaz et la facture associée ont été divisées par deux en période hivernale* », se satisfait Anthony Richou.

Notre consommation de gaz et la facture associée ont été divisées par deux en période hivernale

Anthony Richou, Hélioprint

L'osmose inverse pour limiter les purges de la chaudière

D'autres postes ont aussi bénéficié d'une réflexion énergétique. C'est le cas notamment de la production de vapeur, car l'eau alimentaire pour une chaudière, c'est loin d'être la panacée. « *Dans une chaudière vapeur, les sels minéraux contenus dans l'eau vont se concentrer et augmenter la conductivité de cette dernière. Pour la maintenir, il faut réaliser des purges manuelles et/ou automatiques, ce qui, dans le cas d'une eau seulement adoucie, peut représenter 20 à 25 % de perte d'eau et de calories*, explique Patrick Lucien, responsable régional de la société Babcock Wanson (Babcock Wanson Group), fabricant de chaudières et de solutions de traitement de l'eau et de l'air. *Et c'est sans compter les pertes de produits de conditionnement injectés dans la bûche alimentaire nécessaires au maintien des différents titres préconisés de l'eau.* »

Le top 5 des fiches CEE mobilisées dans l'industrie

Certains travaux réalisés dans les sites industriels sont éligibles au dispositif des certificats d'économies d'énergie (CEE). Depuis sa création en 2005, ce dispositif impose aux énergéticiens de réduire les consommations de leurs clients en les conseillant directement ou en finançant des travaux dans les grands secteurs de l'économie (bâtiment, agriculture, transport et

En 2020, sur les conseils d'Hellio, l'imprimerie a donc installé en amont de sa chaudière un osmoseur Babcock Wanson. Une sorte de filtre par osmose inverse qui adoucit l'eau et réduit le nombre de purges nécessaires, limitant à 3 % les pertes d'eau, d'énergie et de produits. « *Deux technologies existent pour ce cas : l'osmose inverse ou la résine échangeuse d'ions, mais la première domine le marché* », constate Yann Biguet, directeur adjoint grands comptes chez Hellio. « *Le prix d'un osmoseur dépend de sa taille et peut aller de 10 000 euros à des centaines de milliers d'euros. Tout dépend du*

industrie). Chaque opération de travaux équivaut à une quantité de kilowattheures économisée forfaitisée représentée par un CEE. Elle est définie dans une fiche d'opération standardisée. Ces CEE sont échangeables sur un marché. Pour répondre à leurs obligations, les énergéticiens les rachètent. Voici le top 5 des travaux les plus réalisés dans l'industrie, selon les dernières statistiques du ministère de la Transition énergétique (mars 2023), avec leur fiche CEE associée.

- Fiche IND-UT-117 : Système de récupération de chaleur sur un groupe de production de froid.
- Fiche IND-UT-136 : Système moto-régulé sur une installation fixe de pompage, de ventilation ou de production de froid.
- Fiche IND-UT-116 : Système de régulation sur un groupe de production de froid permettant d'avoir une haute pression flottante.
- Fiche IND-BA-112 : Système de récupération de chaleur sur une tour aéroréfrigérante.
- Fiche IND-UT-129 : Presse à injecter tout électrique ou hybride utilisée par l'industrie pour le moulage des matières plastiques.

débit d'eau à traiter afin d'alimenter la chaudière, et ce débit dépend de la qualité de l'eau entrante et des pertes de la boucle de vapeur », précise Patrick Lucien, le fabricant. Celui d'Hélioprint aurait coûté 68 000 euros financés à 100 % par le dispositif des certificats d'économies d'énergie (CEE) (seule l'installation - 10 000 euros - n'a pas été prise en charge). Car comme de nombreux travaux évoqués ici, l'achat de l'osmoseur fait l'objet d'une fiche d'opération standardisée (cf. encadré). Les économies réalisées sont donc facilement calculables et valorisables sur le marché des CEE.

Des bénéfices collatéraux non négligeables

Cet osmoseur n'est pas l'alpha et l'omega d'une politique d'efficacité énergétique, comme en attestent les nombreux travaux effectués depuis 2018 chez Hélioprint. Mais il illustre les bénéfices collatéraux possibles, ici économies d'énergie et d'eau. Surtout en situation de crise hydrique, et avec une pression renforcée des préfets sur cette question.

Autre bénéfice collatéral observé pour Hélioprint : la sortie du système de quotas carbone. L'ensemble des travaux réalisés depuis 2018 devrait générer une économie d'énergie de 15 % - un système de comptage installé en

2022 va vérifier qu'il n'y a pas d'effet rebond - et donc des besoins de puissance plus faibles, ce qui permet au site de ne plus être soumis au Plan national d'allocation des quotas carbone. Ce système oblige les industriels à réduire leurs émissions de carbone et, s'ils n'y parviennent pas, à acheter des quotas sur le marché européen. *« Et même si cette sortie du système de quotas ne lui fait plus bénéficier d'un prix du gaz avantageux, l'industriel est largement gagnant »,* estime Yann Biguet. Un constat qui revient souvent comme une morale dans les récits d'efficacité énergétique : à tous les coups, on gagne !



Florence Roussel, journaliste
Directrice de la rédaction et rédactrice en Chef d'Actu-Environnement

© Tous droits réservés Actu-Environnement

Reproduction interdite sauf accord de l'Éditeur ou établissement d'un lien préformaté [42255] / utilisation du flux d'actualité.

Septembre 2023

Les Echos

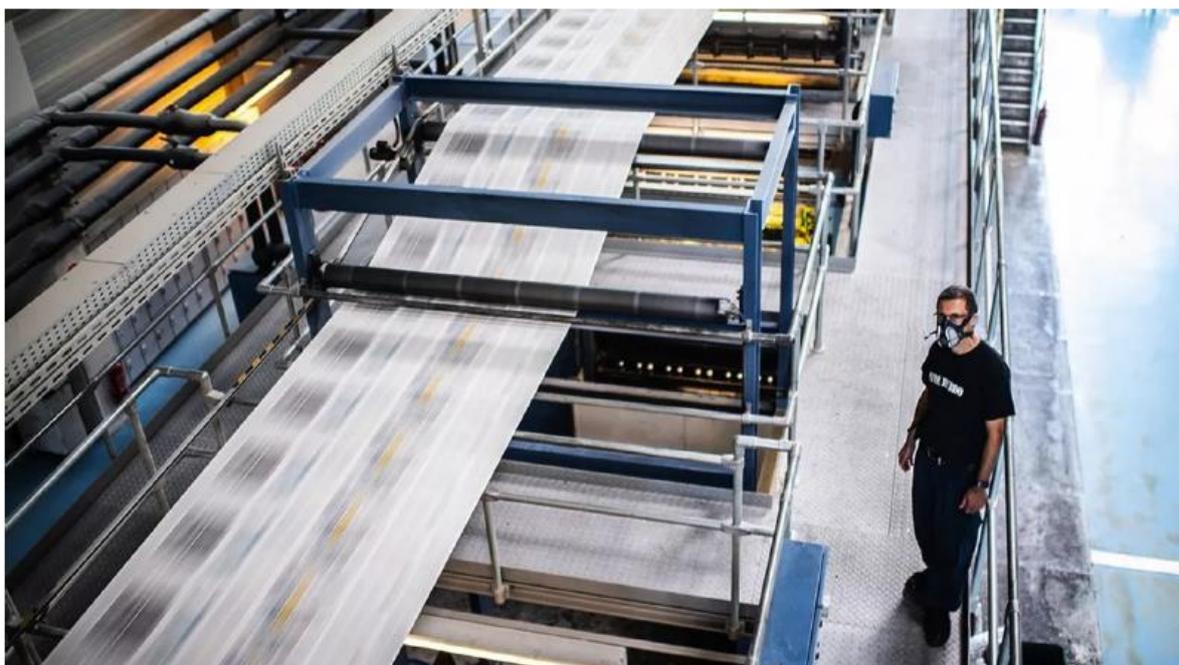
Les Echos.fr – 4 septembre 2023

Riccobono reprend un imprimeur allemand et se pose en leader européen de l'héliogravure

EXCLUSIF

Riccobono reprend un imprimeur allemand et se pose en leader européen de l'héliogravure

En reprenant l'allemand TSB, le groupe familial français poursuit sa stratégie de consolidation du marché de l'impression et s'étend hors des frontières de l'Hexagone. Riccobono se renforce sur le marché de l'impression en héliogravure, appréciée des magazines à grand tirage.



Le groupe français Riccobono (ici, son imprimerie de Tremblay-en-France) espère atteindre 500 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2027. (Martin Bureau/AFP)

Par **Stéphane Loignon**

Publié le 4 sept. 2023 à 18:00 | Mis à jour le 4 sept. 2023 à 18:11

Dans un marché de l'impression structurellement en déclin, Riccobono poursuit sa stratégie d'acquisitions pour tirer son épingle du jeu. Le groupe familial français dirigé par Guillaume Riccobono annonce l'acquisition de l'allemand TSB (Tiefdruck Schwann-Bagel), principal imprimeur indépendant d'Allemagne en **héliogravure**.

Ce procédé d'impression haut de gamme est principalement utilisé pour les magazines à fort tirage (plus de 500.000 exemplaires) ou ceux qui réclament une qualité d'impression supérieure à **l'impression offset**, utilisée par les quotidiens.

En reprenant ce spécialiste, qui comprend six sociétés - TSB, H+B Finishing, BaSiCo Finishing, ISI Storage, Garant Engineering & Purchasing et TSB Retail - et affiche 70 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel, le groupe Riccobono devient le leader européen de ce domaine, où la concurrence se joue de plus en plus à l'échelle continentale.

Gérer le déclin des volumes

Après plusieurs acquisitions ces dernières années, notamment dans le portage avec la reprise des **activités dédiées à ce métier du Figaro** et celles de **Proximy**, et le brochage et routage (**France Routage et Sodicom**), Riccobono poursuit sa stratégie de consolidation. Celle-ci vise à lui permettre de gérer au mieux l'inexorable déclin des volumes.

Installé à Mönchengladbach, près de Düsseldorf, le groupe TSB exploite un site industriel de 42.000 m² qui compte six rotatives en héliogravure. Deux seront arrêtées, les volumes actuels étant insuffisants à rentabiliser le site. « En parallèle de notre reprise, nous avons négocié la diminution d'un tiers des capacités », confirme Guillaume Riccobono.

Un plan de restructuration a été discuté avec les syndicats locaux et accepté par 81 % du personnel. Le dispositif prévoit 78 suppressions de postes, sur les 300 salariés de l'entreprise. Le personnel a également choisi de passer à 32 heures par semaine, pour préserver l'emploi.

Après cette réorganisation, l'usine allemande, tournée à 80 % vers le marché allemand, devrait se retrouver en sous-capacité, ce qui permettrait à Riccobono de transférer une partie des volumes excédentaires sur ses autres sites français. « Nous tablons commercialement sur 104.000 tonnes de papier en 2024, pour une capacité de production de 92.000 tonnes de papier, quelque 12.000 tonnes pourraient alors être rapatriées sur notre site français », calcule le dirigeant.

Diversification

Le montant de l'opération, par laquelle la société française prend 100 % du groupe allemand, n'est pas divulgué. Guillaume Riccobono la considère toutefois plutôt comme un « partenariat » que comme une acquisition. Le management actuel reste en place. « Des synergies sont mises en oeuvre aux niveaux commercial, technique et informatique », ajoute-t-il.

Avec cette entrée sur le marché allemand, le plus important d'Europe en impression à gros volumes, Riccobono réalise sa première acquisition significative à l'étranger. L'entreprise s'est aussi récemment portée candidate, via sa filiale Proximy, à un vaste appel d'offres de portage en Belgique. Pour ce groupe qui veut atteindre les 500 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2027 (contre environ 310 millions d'euros après l'absorption de TSB), cette diversification géographique complète celle des activités mise en oeuvre depuis quelques années pour moins dépendre de l'impression de quotidiens.

Ses revenus se répartissent désormais entre impression de magazines, catalogues et prospectus (40 %), impression et routage de journaux (30 %), distribution et portage (20 %) et façonnage (routage et brochage, 10 %). Bénéficiaire en 2022, le groupe Riccobono, qui compte environ 3.000 salariés (dont 1.400 à temps partiel), prévoit de le rester cette année.

Stéphane Loignon (@stephloignon)

La
Correspondance de la Presse**Correspondance de la Presse – 05 septembre 2023**

Le Groupe Riccobono acquiert l'imprimeur indépendant allemand TSB, spécialisé notamment en héliogravure

Mardi 5 septembre 2023 ♦ page 11

Correspondance de la Presse

**Le Groupe Riccobono acquiert l'imprimeur
indépendant allemand Groupe TSB, spécialisé
notamment en héliogravure**

Le Groupe Riccobono a annoncé hier avoir finalisé la reprise du Groupe TSB, principal imprimeur indépendant d'Allemagne en héliogravure. Ce groupe comprend les sociétés Tiefdruck Schwann-Bagel ou aussi TSB, H+B Finishing, BASICO Finishing, ISI Storage, Garant Engineering & Purchasing et TSB Retail.

Le Groupe TSB, situé à Mönchengladbach, près de Düsseldorf, réalise un chiffre d'affaires annuel supérieur à 70 millions d'euros. Il exploite un site industriel de 42 000 m² disposant notamment de six rotatives en héliogravure grandes laizes, deux lignes d'encartage Ferrag, et trois lignes d'encartage Müller Martini, ainsi qu'un système de stockage automatique de 16 000 palettes. Le groupe emploie près de 300 salariés.

Cette reprise, dont le montant n'a pas été communiqué, s'accompagne d'un plan de restructuration permettant de passer de six rotatives à quatre rotatives avec la suppression de 78 postes de travail, et d'adapter ainsi la capacité de production à l'évolution du marché allemand qui représente plus de 80 % de son activité. Groupe TSB est en effet essentiellement tourné vers le marché allemand. Ses principaux clients sont Otto Group, leader dans la vente à distance, la grande distribution comme Lidl, Norma, Lutz, A.S. Watson, Carrefour et des grands noms de l'édition ou de la presse magazine comme Prisma, Funke, Weltbild, Bindinc., Telegraph Média Group. Selon Riccobono, le plan de restructuration a été validé positivement par 81 % du personnel.

Le management actuel reste en place et continuera à piloter les différentes entreprises du Groupe TSB sous la houlette de M. Udo BOGNER qui connaît bien les diverses entités.

Grâce à cette opération, le Groupe Riccobono devient ainsi le principal imprimeur européen en héliogravure.

A titre de comparaison, le groupe allemand Burda exploite trois sites d'impression, son compatriote Bauer en exploite deux en Pologne, et Bertelsmann-Prinovis dispose encore d'une usine qui doit fermer début 2024.

"Cette reprise permet donc de conforter les clients de TSB en proposant dès janvier 2024 l'impression de leurs magazines et de leurs catalogues sur un site restructuré, qui anticipe l'avenir et propose de pertinentes solutions de sécurité", souligne le groupe.

Avec cette reprise, l'impression de quotidiens, son métier historique, ne représente désormais plus que 30 % de ses activités, contre 40 % pour l'activité d'impression de magazines, catalogues et prospectus, 20 % pour la distribution et le portage, et 10 % pour le routage et façonnage.

Pour M. Guillaume RICCOBONO, directeur général de Riccobono Presse Investissement, "cette reprise constitue le développement le plus important du Groupe Riccobono à l'étranger, et s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de croissance externe. Il nous permet de nous placer sur le marché allemand qui est le plus important en impression à gros volumes, tout en dimensionnant l'outil industriel en dessous du plan de charge attendu afin d'anticiper la décroissance à venir du marché".

Aujourd'hui, le Groupe Riccobono représente plus de 3 000 salariés, dont 1 400 à temps partiel, pour près de 310 millions de chiffre d'affaires.



Les Echos

Les Echos – 5 septembre 2023

Riccobono reprend un spécialiste allemand de l'héliogravure

Riccobono reprend un spécialiste allemand de l'héliogravure

En reprenant TSB, le groupe français poursuit sa stratégie de consolidation du marché de l'impression et s'étend hors des frontières de l'Hexagone.

Dans un marché de l'impression en déclin, Riccobono poursuit sa stratégie d'acquisitions pour tirer son épingle du jeu. Le groupe familial français dirigé par Guillaume Riccobono annonce l'acquisition de l'allemand TSB (Tiefdruck Schwann-Bagel), principal imprimeur indépendant d'Allemagne en héliogravure. Ce procédé d'impression haut de gamme est surtout utilisé pour les magazines à fort tirage (plus de 500.000 exemplaires) ou ceux qui réclament une qualité d'impression supérieure à l'impression offset, utilisée par les quotidiens. En reprenant ce spécialiste, qui affiche 70 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel, le groupe Riccobono devient le leader européen de ce domaine, où la concurrence se joue désormais à l'échelle continentale.

Après plusieurs acquisitions ces dernières années, notamment

dans le portage avec la reprise des activités dédiées à ce métier du Figaro et celles de Proximy, et le brochage et routage (France Routage et Sodicom), Riccobono poursuit sa stratégie de consolidation, qui vise à gérer au mieux l'inexorable déclin des volumes.

Diminution d'un tiers des capacités

Installé à Mönchengladbach, le groupe TSB exploite un site industriel de 42.000 m² qui compte six rotatives en héliogravure. Deux seront arrêtées, les volumes actuels étant insuffisants à rentabiliser le site. « En parallèle de notre reprise, nous avons négocié la diminution d'un tiers des capacités », confirme Guillaume Riccobono. Un plan de restructuration, discuté avec les syndicats et accepté par 81 % du personnel, prévoit 78 suppressions de postes sur les 300 salariés. Le personnel a aussi choisi de passer à 32 heures par semaine, afin de préserver l'emploi.

Après cette réorganisation, l'usine allemande devrait retrouver en sous-capacité, ce qui permettrait à Riccobono de transférer

une partie des volumes excédentaires sur ses autres sites français.

Le montant de l'opération, par laquelle la société française prend 100 % du groupe allemand, n'est pas divulgué. Guillaume Riccobono la considère plutôt comme un « partenariat » que comme une acquisition. Le management actuel reste en place. « Des synergies sont mises en œuvre aux niveaux commercial, technique et informatique », ajoute-t-il.

Avec cette entrée sur le marché allemand, le plus important d'Europe en impression à gros volumes, Riccobono réalise sa première acquisition significative à l'étranger. Pour ce groupe qui veut atteindre les 500 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2027 (contre 310 millions d'euros après l'absorption de TSB), cette diversification géographique complète celle des activités mise en œuvre depuis quelques années pour moins dépendre de l'impression de quotidiens. Bénéficiaire en 2022, Riccobono, qui compte environ 3.000 salariés (dont 1.400 à temps partiel), prévoit de le rester cette année. — S. Lo.

Entreprendre

Entreprendre – 5 septembre 2023

Le Groupe Riccobono s'impose comme leader européen de l'impression en héliogravure

Le Groupe Riccobono s'impose comme leader européen de l'impression en héliogravure

Par **Alexandre Bodkine** - 05/09/2023



Guillaume Riccobono

Le Groupe Riccobono vient de consolider sa position de leader incontesté de l'impression en héliogravure en Europe, suite à l'achèvement de l'acquisition du Groupe TSB, l'un des principaux imprimeurs indépendants d'Allemagne. Cette opération stratégique englobe diverses entreprises telles que Tiefdruck Schwann-Bagel (TSB), H+B Finishing, BASICO Finishing, ISI Storage, Garant Engineering & Purchasing, ainsi que TSB Retail.

Le Groupe TSB, établi à Mönchengladbach, à proximité de Düsseldorf, exploite un vaste site industriel s'étendant sur 42 000 mètres carrés, équipé de 6 rotatives en héliogravure de grande largeur, 2 lignes d'encartage Ferrag, et 3 lignes d'encartage Müller Martini. En outre, il dispose d'un système automatisé de stockage capable de gérer jusqu'à 16 000 palettes. Le chiffre d'affaires annuel du Groupe TSB dépasse les 70 millions d'euros, et il emploie près de 300 collaborateurs.

Bien que principalement orienté vers le marché allemand, le Groupe TSB compte parmi ses clients de prestigieuses entités telles qu'Otto Group, leader de la vente à distance, des géants de la grande distribution comme Lidl, Norma, Lutz, A.S. Watson, Carrefour, ainsi que des acteurs majeurs de l'édition et de la presse magazine tels que Prisma, Funke, Weltbild, Bindinc., et Telegraph Media Group.

Cette acquisition s'accompagne d'un plan de restructuration qui a reçu l'approbation positive de 81 % du personnel, visant à réduire le nombre de rotatives de 6 à 4, entraînant la suppression de 78 postes de travail. Cette adaptation vise à aligner la capacité de production sur l'évolution du marché allemand, qui constitue plus de 80 % de l'activité du Groupe TSB. À noter que ce groupe, solidement ancré à Düsseldorf, affiche avec fierté son statut d'entreprise familiale depuis sept générations. Le management actuel reste inchangé et continuera à diriger les diverses entités du Groupe TSB sous la direction de Udo Bogner, qui possède une connaissance approfondie de l'ensemble des filiales.

Grâce à cette opération audacieuse, le Groupe Riccobono se positionne en tant que principal acteur européen de l'impression en héliogravure, surpassant ainsi ses concurrents tels que Burda, qui exploite trois sites d'impression, Bauer, qui en possède deux en Pologne, et Bertelsmann-Prinovis, dont la dernière usine fermera ses portes au début de l'année 2024. Ce développement renforce davantage la présence du Groupe Riccobono sur la scène internationale de l'impression de haute qualité, consolidant ainsi son statut de leader incontesté de l'industrie.

Alexandre Bodkine

Le Figaro – 6 septembre 2023

Le Groupe familial Riccobono se rêve en géant européen

mercredi 6 septembre 2023 LE FIGARO

26 | MÉDIAS et PUBLICITÉ

Le groupe familial Riccobono se rêve en géant européen

En quête de diversification, l'entreprise française centenaire rachète TSB, le principal imprimeur indépendant allemand en héliogravure.

CLAUDIA COHEN @ClaudiaECohen

PRESSE C'est une affaire familiale qui opère depuis cinq générations. En cette rentrée de septembre 2023, Riccobono signe une nouvelle étape dans la construction d'un groupe industriel puissant historiquement dédié au papier, en mettant la main sur TSB (Tief-druck Schwann-Bagel), principal imprimeur indépendant allemand en héliogravure. « Cette reprise constitue le développement le plus important du groupe Riccobono à l'étranger et s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de croissance externe », commente Guillaume Riccobono, président-directeur général du groupe qui porte son nom.

Situé à Mönchengladbach (non loin de Düsseldorf), TSB compte parmi ses principaux clients des titres magazine de Prisma, du Telegraph, ou des catalogues de géants de la distribution comme Carrefour, Norma ou encore Lidl. Dans le détail, le groupe comprend six sociétés (TSB, H+B Finishing, BaSiCo Finishing, ISI Storage, Garant Engineering & Purchasing et TSB Retail). Et son

équipe dirigeante actuelle reste en place. Grâce à cette opération, Riccobono devient ainsi le principal imprimeur européen en héliogravure, devant son concurrent Burda. Ce procédé d'impression haut de gamme est essentiellement utilisé pour les magazines à fort tirage ou ceux qui réclament une qualité d'impression supérieure à l'impression offset, utilisée par les quotidiens. Dans l'Hexagone, Riccobono exerçait déjà un quasi-monopole sur ce marché de l'héliogravure... « Cette opération nous ouvre de nouvelles perspectives sur d'autres métiers, voire d'autres secteurs industriels », abonde Guillaume Riccobono. Cette reprise s'accompagne d'un plan de restructuration validé positivement par 81 % du personnel local, permettant de passer de six rotatives à quatre avec la suppression d'un quart des 300 postes de travail.

Frénésie d'acquisitions

Depuis 2021, le groupe, fondé il y a cent vingt et un ans, a réalisé pas moins de sept acquisitions. Il s'attelle à consolider les moyens d'impression des journaux. L'idée étant

par exemple d'aller chercher à l'étranger des volumes d'impression de magazines et prospectus pour les rapatrier en France, tout en accélérant sa diversification face à la décroissance structurelle de son activité historique d'impression de la presse quotidienne. Riccobono était entré en 2021 sur le marché de la livraison et du portage des journaux à domicile en rachetant d'abord Proximy, la filiale de livraison et de portage de la presse du Groupe Les Échos-Le Parisien, puis en 2022 les activités de portage du Groupe Figaro, comprenant ses titres et d'autres comme *Télérama* ou *La Croix*. Nombre d'experts du secteur envisagent la distribution par voie de portage à domicile comme un moyen de fidéliser les lecteurs de la presse, en améliorant la qualité de service. Dans l'Hexagone, le groupe Riccobono finalise aujourd'hui un plan d'économies lancé il y a deux ans, portant essentiellement sur l'amélioration de ses schémas industriels et ses outils informatiques.

En intégrant TSB (70 millions d'euros de chiffre d'affaires), Riccobono, qui compte 3 000 sa-



Guillaume Riccobono, PDG des Imprimeries du même nom, dirige un groupe de 3 000 salariés. Il vise un chiffre d'affaires de 500 millions d'euros en 2025. IMPRIMERIES RICCOBONO

30 %

Le métier historique d'impression de quotidiens ne représente plus qu'un tiers des revenus du groupe, contre 40 % pour les magazines

liés, affiche ainsi des revenus de 310 millions d'euros. Son métier historique d'impression de quotidiens ne représentant désormais plus que 30 % des revenus du groupe, contre 40 % pour l'activité d'impression de magazines, catalogues et prospectus, 20 % pour la distribution et le portage, et 10 % dans le routage (avec les entreprises France Routage et Sodicom, qui représente 55 % du marché français) et le façonnage. Riccobono vise un chiffre d'affaires de 500 millions d'euros en 2025.

Pour les prochains mois, le groupe espère remporter, à travers sa filiale Proximy (qui livre quelque 180 000 abonnés et 4 400 points de vente quotidiennement en Île-de-France), un vaste appel d'offres européen consistant à reprendre de nombreuses activités de portage en Belgique. ■



LinkedIn Philippe Larroque Rédacteur en chef au Figaro – 6 septembre 2023

Le Groupe familial Riccobono se rêve en géant européen



Philippe Larroque • 2e
Rédacteur en chef Médias et Technologie chez Le Figaro

+ Suivre ...

Imprimerie: le groupe familial Riccobono se rêve en géant européen

<https://lnkd.in/eyecgQGa>



Imprimerie: le groupe familial Riccobono se rêve en géant européen

lefigaro.fr • Lecture de 1 min

Vous et 73 autres personnes

2 commentaires · 9 republications

La

Correspondance de la Presse**La Correspondance de la Presse – 6 septembre 2023**

Le Groupe Riccobono poursuit les acquisitions pour consolider son métier d'imprimeur et accélérer sa diversification

Le groupe Riccobono poursuit les acquisitions pour consolider son métier d'imprimeur et accélérer sa diversification

"C'est une affaire familiale qui opère depuis cinq générations. En cette rentrée de septembre 2023, Riccobono signe une nouvelle étape dans la construction d'un groupe industriel puissant historiquement dédié au papier, en mettant la main sur TSB (Tief-druck Schwann-Bagel), principal imprimeur indépendant allemand en héliogravure. (...)

Depuis 2021, le groupe, fondé il y a cent vingt et un ans, a réalisé pas moins de sept acquisitions. Il s'attelle à consolider les moyens d'impression des journaux. L'idée étant par exemple d'aller chercher à l'étranger des volumes d'impression de magazines et prospectus pour les rapatrier en

France, tout en accélérant sa diversification face à la décroissance structurelle de son activité historique d'impression de la presse quotidienne. Riccobono était entré en 2021 sur le marché de la livraison et du portage des journaux à domicile en rachetant d'abord Proximy, la filiale de livraison et de portage de la presse du Groupe Les Echos-Le Parisien, puis en 2022 les activités de portage du Groupe Figaro, comprenant ses titres et d'autres comme Télérama ou La Croix. Nombre d'experts du secteur envisagent la distribution par voie de portage à domicile comme un moyen de fidéliser les lecteurs de la presse, en améliorant la qualité de service. Dans l'Hexagone, le groupe Riccobono finalise aujourd'hui un plan d'économies lancé il y a deux ans, portant essentiellement sur l'amélioration de ses schémas industriels et ses outils informatiques. (...)

Pour les prochains mois, le groupe espère remporter, à travers sa filiale Proximy (qui livre quelque 180 000 abonnés et 4 400 points de vente quotidiennement en Ile-de-France), un vaste appel d'offres européen consistant à reprendre de nombreuses activités de portage en Belgique".

→ Claudia COHEN – [lefigaro.fr](https://www.lefigaro.fr) du 5 septembre 2023.



Les Clés de la Presse – 8 septembre 2023

Le Groupe Riccobono accélère son développement international

Le groupe Riccobono accélère son développement international

 Le groupe Riccobono poursuit ses opérations de croissance externe avec la reprise du groupe TSB, principal imprimeur indépendant d'Allemagne en héliogravure (qui réalise 70 millions d'euros de chiffre d'affaires). Situé à Mönchengladbach, ce dernier dispose de six rotatives en héliogravure grandes laizes, deux lignes d'encartage Ferrag, et trois lignes d'encartage Müller Martini, ainsi qu'un système de stockage automatique de 16 000 palettes. Essentiellement tourné vers le marché allemand, il a pour clients Otto group, leader dans la vente à distance, la grande distribution comme Lidl, Norma, Lutz, A.S. Watson, Carrefour et des grands noms de l'édition ou de la presse magazine comme Prisma, Funke, Weltbild ou Telegraph media group. Avec cette acquisition, Riccobono s'affirme comme le principal imprimeur européen en héliogravure, devant Burda qui exploite trois sites d'impression, Bauer qui en exploite deux en Pologne, et Bertelsmann-Prinovis avec sa dernière usine qui fermera début 2024. « Cette reprise constitue le développement le plus important du groupe à l'étranger, et s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de croissance externe, explique son président, Guillaume Riccobono. Il nous permet de nous placer sur le marché allemand qui est le plus important en impression à gros volumes, tout en dimensionnant l'outil industriel en dessous du plan de charge attendu afin d'anticiper la décroissance à venir du marché ».

Caractère – 11 septembre 2023

Le Groupe Riccobono devient le plus important imprimeur héliographique en Europe

Le Groupe Riccobono devient le plus important imprimeur héliographique en Europe

lundi, 11 septembre 2023 | Auteur La rédaction | Actualités

L'ENTREPRISE FRANÇAISE, DÉJÀ DÉTENTRICE D'HÉLIO PRINT ET DE LENGLET IMPRIMEURS, VIENT DE REPRENDRE LA SOCIÉTÉ ALLEMANDE TSB, ET ENTAME SA CROISSANCE À L'ÉTRANGER

Ni l'expérimentation « Oui Pub », ni la baisse inexorable de la diffusion de la presse ne semble effrayer le groupe Riccobono, dont la stratégie ressemble fortement à celle du dernier survivant. Véritable expert dans les secteurs en décroissance, le groupe est reconnu pour sa capacité à anticiper la baisse des volumes de façon douce, socialement responsable, et sans rupture de charge. Cette stratégie déjà utilisée au début des années 2000 dans la Presse Quotidienne Nationale a été déployée plus récemment sur d'autres marchés, comme l'impression rotative labour, le routage ou la distribution de la presse. Dans le domaine de l'impression, c'est en 2018 que le Groupe Riccobono a fait son entrée dans le monde de l'héliogravure en reprenant l'imprimerie H2D (aujourd'hui nommée Hélio Print), dans laquelle, il a investi plus de 15 millions d'euros en équipements tout en y associant une structure (HP Brochage) dédiée aux hauts volumes. Il franchit une nouvelle étape en 2021 en concluant un accord prévoyant une reprise progressive de Lenglet Imprimeurs devenu depuis l'arrêt d'Hélio Corbeil, le second imprimeur français d'héliographie. En terme de restructuration, la situation de la France n'est pas isolée. Partout en Europe, le rythme de restructuration s'accélère avec l'arrêt progressif de plusieurs machines et sites héliographiques, conséquence de la baisse des tirages. Alors que les acteurs historiques cherchent à se retirer de l'héliographie, le Groupe Riccobono, perçoit des opportunités dans cette industrie qui, à force de restructuration, a retrouvé un certain équilibre entre l'offre et la demande. C'est dans cette logique, qu'il a choisi d'émettre une offre de reprise du Groupe TSB, principal imprimeur indépendant héliographique d'Allemagne, réalisant un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros avec un effectif de 300 personnes. Une offre acceptée cet été qui le propulse comme le premier imprimeur héliographique en Europe, devant Burda Druck qui exploite trois sites d'impression, Bauer qui en exploite deux en Pologne, et Bertelsmann-Prinovis, dont la dernière usine fermera début 2024. Avec cette reprise, le Groupe Riccobono met la main sur un site industriel de 42 000 m², situé près de Düsseldorf, composé de 6 rotatives en héliogravure grandes laizes, 2 lignes d'encartage Ferrag, et 3 lignes d'encartage Müller Martini, ainsi qu'un système de stockage automatique de 16 000 palettes. Mais tout le matériel ne sera pas conservé. « *Nous avons choisi de dimensionner l'outil industriel en dessous du plan de charge attendu, afin d'anticiper la décroissance à venir du marché* », a précisé Guillaume Riccobono. Le chef d'entreprise de ce groupe, dont l'objectif est de proposer, dès janvier 2024, un site restructuré « *qui anticipe l'avenir, et propose de pertinentes solutions de sécurité pour ses clients* ». La reprise de TSB par le Groupe Riccobono s'accompagne d'un plan de restructuration validé positivement par 81% du personnel, qui prévoit de supprimer 78 postes de travail et de passer de 6 à 4 rotatives héliographiques grandes laizes. Le groupe TSB comprend les sociétés Tiefdruck Schwann-Bagel ou encore TSB, H+B Finishing, BASICO Finishing, ISI Storage, Garant Engineering & Purchasing et TSB Retail « *Cette reprise constitue le développement le plus important du Groupe Riccobono à l'étranger, et s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de croissance externe* », a déclaré son président.

EUWID PAPIER UND ZELLSTOFF

Euwid – 11 septembre 2023

Interview : Reprise de Tiefdruck Schwann-Bagel (TSB) par le groupe Riccobono

L'Interview et l'article sont traduits de l'Allemand en Français

Interview : Reprise de Tiefdruck Schwann-Bagel (TSB) par le groupe Riccobono

11 septembre 2023 | Problème d'Alexandre

 Avis

Dans le cadre de la reprise de la société Tiefdruck Schwann-Bagel (TSB) à Mönchengladbach par le groupe Riccobono, le directeur général Dr. Udo Bogner explique le contexte de la transaction et commente le statu quo dans le secteur de l'imprimerie.

euwid : Quelles ont été les premières étapes de la reprise de TSB ?

docteur Bogner : Après une première réunion au niveau de la direction en France, les actionnaires des deux sociétés ont échangé des idées lors d'une visite à Düsseldorf. Les deux parties se sont vite rendu compte qu'elles avaient une vision très similaire en matière de consolidation du marché de l'imprimerie. Ensemble, ils ont ensuite élaboré une stratégie pour mettre en œuvre cette vision. Dès le départ, il s'agissait de trouver ensemble un moyen de préparer les imprimeries à l'avenir dans un environnement de marché en déclin. Les deux chambres sont convaincues que cela doit reposer sur une consolidation du marché.

Riccobono et TSB étaient-ils des concurrents ?

Les entreprises ont très peu de chevauchement de marchés, ce qui laisse place à des ajouts. Si Riccobono, qui imprime la quasi-totalité des journaux et magazines en France, n'a pas encore exercé d'activités en Allemagne, TSB a quelques clients en France. La transaction montre donc les éléments d'un bouleversement du marché en France. Riccobono étend également ses activités en Allemagne.

Quels sont les objectifs de la transaction ?

Face à une concurrence acharnée, chacun se demande si son entreprise peut survivre sur ce marché et comment elle doit réagir à la pression de la consolidation. Aujourd'hui, le leader du marché français a repris une entreprise allemande et a fusionné ses activités afin de faire face au processus de réduction des effectifs nécessaire. Riccobono ne s'intéresse pas seulement au marché national de l'imprimerie, mais également au marché européen. Le groupe, y compris le site de Mönchengladbach, est désormais leader du marché européen de l'héliogravure avec actuellement 13 presses.



Imprimerie hélio Schwann-Bagel (TSB) à Mönchengladbach

Riccobono a franchi cette étape pour rester. La fusion avec Riccobono est donc également un signal clair au marché que TSB, en tant que membre du groupe Riccobono, continuera à façonner activement le marché de l'impression.

Que signifie la vente pour le site de Mönchengladbach ?

Le rachat concerne toutes les entreprises autour du site d'héliogravure de Mönchengladbach.

Grâce à la fusion avec Riccobono, nous avons désormais préparé le site pour l'avenir. Il était clair que cette étape ne serait pas possible sans suppressions d'emplois. Nous sommes heureux que les mesures aient pu être mises en œuvre dans le cadre d'une convention collective interne. En collaboration avec les salariés et le syndicat ver.di, nous avons réalisé un changement nécessaire : les deux plus anciennes des six rotations de Mönchengladbach seront fermées et démantelées début 2024. Cela est associé à une réduction correspondante de la main-d'œuvre.

Comment évaluez-vous le statu quo de l'industrie de l'imprimerie ?

L'industrie de l'imprimerie a récemment connu plusieurs crises qui mettent clairement l'industrie à rude épreuve. L'inflation du papier, entraînée par l'explosion des prix de l'énergie, a été la principale cause de la baisse massive de la demande de produits imprimés. Le contexte ici n'est pas le moindre : les usines de papier ont exagérément poussé les prix à atteindre des sommets. Les prix historiquement élevés du papier, en particulier, ont amené les clients de l'imprimerie à repenser leurs activités publicitaires. Dans le cadre de la numérisation, des alternatives aux applications papier s'ouvrent, ce qui explique pourquoi les volumes d'impression diminuent considérablement.

À quoi ressemble l'avenir des imprimeries ?

Le marché n'est pas à l'abri de nouvelles fermetures de capacités. Si l'on veut promouvoir le développement et la reprise du marché européen, de nouveaux ajustements de capacité sont nécessaires.

Les marchés de l'impression offset et héliogravure restent tendus. Les clients de la presse écrite qui se sont détournés en tout ou en partie de la publicité papier et ont trouvé des alternatives ont du mal à revenir. Cette roue ne peut plus être retournée.

Chaque imprimerie examinera judicieusement la question de sa viabilité future, et cela est nécessaire. L'industrie offset est confrontée au même processus de consolidation que celui que l'héliogravure a déjà connu. En fin de compte, les entreprises actives sur le marché sont appelées à développer des concepts pour le prochain processus de retrait dans le secteur de l'imprimerie.

Mais : La publicité et la communication sur papier sont fiables et continueront donc à jouer leur rôle. Malgré tout le pessimisme, on ne s'attend pas à une fin du secteur de l'imprimerie. Cependant, le secteur de l'imprimerie ne connaîtra plus de croissance.

docteur Bogner, merci beaucoup pour votre temps et vos explications.

Alexander Ungemach a réalisé l'interview pour euwid



Print.de – 12 septembre 2023

Riccobono reprend le groupe allemand d'héliogravure TSB

Article traduit de l'allemand au français

Deux lignes d'héliogravure seront fermées à Mönchengladbach

Riccobono reprend le groupe allemand d'héliogravure TSB

de l'équipe éditoriale , 12 septembre 2023



Le groupe TSB exploite à Mönchengladbach une usine d'impression héliogravure de 42 000 mètres carrés avec six machines d'impression héliogravure. (Image : BST)

Le groupe français Riccobono a finalisé l'acquisition du groupe TSB, l'une des dernières sociétés allemandes d'impression héliogravure d'illustrations. Les sociétés acquises comprennent Tiefdruck Schwann-Bagel (TSB), H+B Finishing, Basico Finishing, ISI Storage, Garant Engineering & Purchasing et TSB Retail. C'est ce qu'a annoncé Riccobono.

Le groupe TSB, qui appartenait à l'origine au groupe Bagel, exploite à Mönchengladbach une imprimerie héliographique de 42 000 mètres carrés avec six machines d'héliogravure, deux lignes d'encartage Ferag et trois lignes d'encartage Müller Martini ainsi qu'un système de stockage automatique pour 16 000 palettes. Le chiffre d'affaires annuel est de plus de 70 millions d'euros, généré par près de 300 salariés, dit-on. Les clients les plus importants de TSB sont la société de vente par correspondance Otto Group, des sociétés de vente au détail telles que Lidl, Norma, Lutz, AS Watson, Carrefour et, dans le secteur de l'édition, par exemple Prisma, Funke, Weltbild et Telegraph Media Group.

Selon Riccobono, le rachat s'accompagne d'un plan de restructuration qui a été confirmé positivement par 81 pour cent du personnel et comprend l'arrêt de deux des six machines d'impression rotatives. Cela est associé à la perte de 78 emplois. La capacité de production sera « adaptée au développement du marché allemand », qui représente plus de 80 % du volume des commandes chez TSB. La direction restera en place, dit-on. Les différentes sociétés du groupe TSB continuent d'être sous la direction du Dr. Udo Bogner, Michael Distler et Gregor Kalscheuer.

Ce rachat fera du groupe Riccobono la plus grande entreprise d'héliogravure européenne, devant Burda, Bauer et Bertelsmann-Prinovis. La dernière usine Bertelsmann-Prinovis à Ahrensburg sera fermée début 2024. Guillaume Riccobono aurait déclaré à propos de l'acquisition de TSB : « Cette acquisition constitue le développement le plus important du groupe Riccobono à l'étranger et s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de croissance externe. Cela nous permet de nous positionner sur le marché allemand, qui est le marché le plus important pour les travaux d'impression à gros volume, tout en dimensionnant les installations de production en dessous du plan d'utilisation prévu afin d'anticiper le déclin futur du marché.

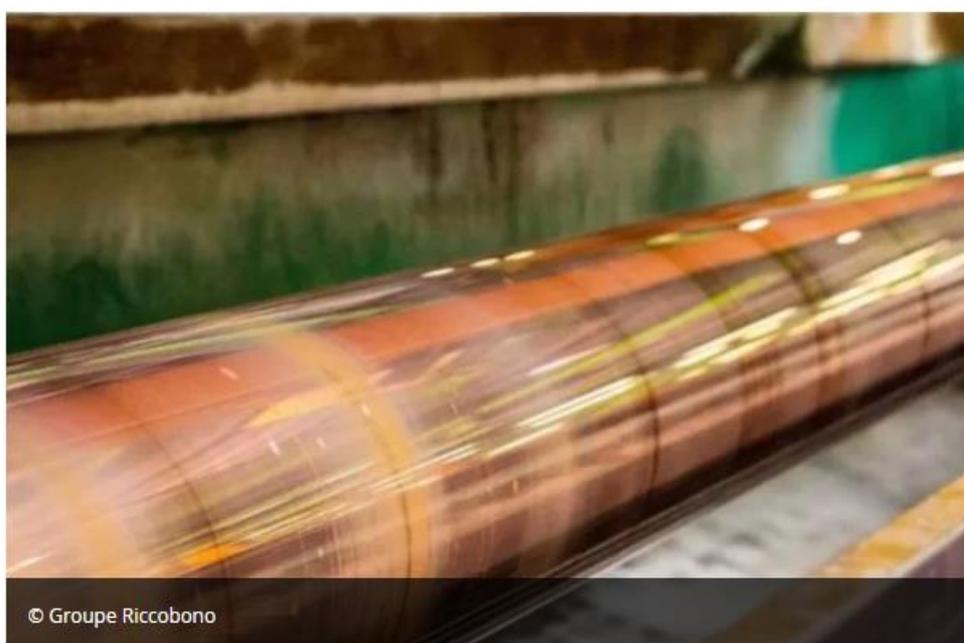
Le groupe Riccobono, qui dirige des imprimeries depuis cinq générations, se targue d'être le leader du marché français de l'impression de quotidiens, son cœur de métier d'origine. Avec le rachat du groupe TSB, cela ne représente plus que 30 pour cent des activités de Riccobono, 40 pour cent sont consacrés à l'impression de magazines, catalogues et brochures, 20 pour cent à la vente et à la livraison et 10 pour cent à la transformation et à la finition des produits imprimés. Aujourd'hui, le Groupe Riccobono emploie plus de 3 000 personnes, dont 1 400 à temps partiel, et génère un chiffre d'affaires de près de 310 millions d'euros.

GraphiLine.com
Le quotidien des Industries Graphiques

Graphiline.com – 13 septembre 2023

Riccobono reprend le groupe allemand d'héliogravure TSB

Le Groupe Riccobono devient le plus gros imprimeur héliographe d'Europe



© Groupe Riccobono

En finalisant sa plus grosse acquisition à l'étranger, Riccobono ajoute 70 millions d'euros à son chiffre d'affaires pour atteindre les 310 millions et le groupe se positionne sur le marché allemand, le plus important de l'impression héliographe d'Europe.

Le groupe français né en 1900 Riccobono réalise sa plus grosse acquisition à l'étranger en reprenant TSB, le principal imprimeur héliographique indépendant d'Allemagne.

Basé à Mönchengladbach près de Düsseldorf, TSB, groupe familial depuis sept générations, réalise un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros et compte 300 salariés répartis dans les cinq sociétés du groupe (Tiefdruck Schwann-Bagel, H+B Finishing, Basico Finishing, ISI Storage, Garant Engineering & Purchasing et TSB Retail).

TSB, un acteur majeur sur le marché allemand de l'héliogravure

Le marché allemand représente plus de 80 % des clients de TSB, parmi lesquels de grands noms de la vente à distance (Otto Group), de la grande distribution (Lidl, Norma, Lutz, A.S. Watson, Carrefour) et de l'édition et la presse magazine (Prisma, Funke, Weltbild, Bindinc, Telegraph Media Group).

Le Groupe Riccobono qui comptait jusqu'à présent 12 imprimeries acquiert ainsi un site industriel de 42 000 m² équipé de six rotatives en héliogravure grandes laizes, deux lignes d'encartage Ferrag, trois lignes d'encartage Müller Martini et d'un système de stockage automatique de 16 000 palettes.

S'adapter à l'évolution du marché allemand de l'impression

Avec cette acquisition, deux des six rotatives vont être arrêtées afin d'adapter la capacité de production à l'évolution future du marché allemand, indique le groupe dirigé par Guillaume Riccobono, cinquième génération du fondateur. Cela s'accompagne de la suppression de 78 postes.

"Cette reprise constitue le développement le plus important du groupe Riccobono à l'étranger, et s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de croissance externe, déclare Guillaume Riccobono.

Il nous permet de nous placer sur le marché allemand qui est le plus important en impression à gros volumes, tout en dimensionnant l'outil industriel en dessous du plan de charge attendu afin d'anticiper la décroissance à venir du marché." Il ouvre également des perspectives sur d'autres métiers et d'autres secteurs industriels.

Le Groupe Riccobono, le principal imprimeur européen héliographique

Le Groupe Riccobono devient le principal imprimeur européen en héliogravure, devant l'Allemand Burda Druck qui compte trois sites d'impression, le Polonais Bauer qui en exploite deux imprimeries et le Germanique Bertelsmann-Prinovic dont sa dernière usine héliographique fermera en janvier 2024.

Après cette acquisition, le métier historique du Groupe Riccobono, l'impression de quotidiens, ne représente plus que 30 % de ses activités (contre 35 % jusqu'à présent). L'impression de magazines, catalogues et prospectus passera à 40 %, la distribution et le portage à 20 % et le routage et façonnage à 10 % sur les 310 millions de chiffre d'affaires.



Transaction – N°1755 – Septembre 2023

Pour se rapprocher de la PQR, Riccobono Imprimeurs renforce son équipe

Pour se rapprocher de la PQR, Riccobono Imprimeurs renforce son équipe

Auparavant directeur industriel de La Provence, Loïc Le Deuff vient d'intégrer Riccobono Imprimeurs comme directeur du centre d'impression Midi Print, situé à Gallargues-le-Montueux (34), où sont imprimés de nombreux titres (*Les Échos, Le Monde, Le Figaro, L'Équipe, Libération, La Croix, Paris Turf, Aujourd'hui en France, Le Parisien, Le Canard enchaîné, 20 Minutes* et *International*

New York Times). Selon le communiqué de presse, l'arrivée de Loïc Le Deuff marque le rapprochement entre Riccobono Imprimeurs et la presse quotidienne régionale (PQR). Déjà leader sur la presse quotidienne nationale (PQN), le groupe se verrait bien devenir l'imprimeur privilégié de la PQR, ce qui impliquerait un changement de stratégie pour les éditeurs qui possèdent encore leurs propres imprimeries. Alors que

les tirages ne cessent de baisser dans la PQN comme dans la PQR, mutualiser les sites de production dédiés à la presse quotidienne pourrait paraître cohérent. Également présent dans la distribution, le portage, la finition et l'impression de magazine, Riccobono Imprimeurs compte 2 800 salariés, soit 2 000 en équivalent temps plein, et réalise un chiffre d'affaires de l'ordre de 250 millions d'euros. ■

8

TRANSACTION n°1755 - Septembre 2023

Transaction

LE PREMIER JOURNAL D'OFFRES DES INDUSTRIES GRAPHIQUES

Transaction N°1755 – Septembre 2023

Riccobono Imprimeurs change de nom

Actualités

Floch a investi dans un cliché flexo écologique

Implantée à Mayenne (53), l'imprimerie Floch (groupe Laballery) vient de mettre en production un CTP de marque Asahi pour alimenter ses trois presses Rotopages sans sécheur. Il s'agit, selon Hubert Pédurand, président de cette imprimerie de livres en noir et blanc, du premier CTP flexo zéro

émission installé en Europe. Il grave à l'eau des plaques flexo fabriquées en neutralité carbone. Le groupe Laballery produit 40 millions de livres par an avec 190 salariés et a réalisé, en 2021, 7,97 millions d'euros de CA. ■

2

mission au plus grand nombre ». Le groupe familial, fondé en 1900, présidé et contrôlé par Guillaume Riccobono, emploie 2800 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 250 millions d'euros. Il articule désormais ses activités

quelques semaines seulement, Firefly est devenu l'un des lancements bêta les plus réussis de l'histoire d'Adobe, avec des utilisateurs générant plus de 100 millions d'actifs. Firefly va donc être directement intégrée dans les

prochaines versions bêta de Photoshop. Ses fonctions de remplissage génératif adaptent automatiquement la perspective, l'éclairage et le style des images. Elles permettent ainsi aux utilisateurs d'obtenir des

NEW!
sur Windows

Cadratin
software

Logiciel de devis et gestion de production pour les industries graphiques

- 🍏 Nouvelle version 16.2 disponible pour Mac et Windows
- 🖥️ Désormais disponible en version Windows
- 📄 Démo gratuite sur cadratinsoft.com ☎️ 05 61 00 46 46

autour de quatre pôles : l'impression de la PQN et PQR, l'impression de magazines, catalogues et prospectus publicitaires, le façonnage-brochage (avec France Routage), et la distribution et le portage (avec Proximity). ■ 3

résultats étonnants de façon quasi magique tout en réduisant les tâches fastidieuses. ■

Riccobono Imprimeurs change de nom

1

Pour afficher sa polyvalence et accompagner son évolution vers des métiers connexes à l'imprimerie, Riccobono Imprimeurs (dont le siège social est à Baillargues, 34) a choisi de changer d'identité en devenant Groupe Riccobono (à ne pas confondre avec le groupe du même nom dans le siège social est au Muy (83) et qui est spécialisé dans l'imprimerie de labeur). Il met en avant trois valeurs (respect, solidarité et entrepreneuriat) et un slogan : « Permettre la trans-

L'intelligence artificielle fait son entrée dans Photoshop

La société Adobe, editrice de la suite Creative Cloud, annonce l'intégration prochaine de l'intelligence artificielle (IA) générative dans son logiciel phare Adobe Photoshop. Lancé il y a peu en mode bêta, Firefly est une famille de modèles d'IA générative développée par Adobe. Elle permet notamment d'ajouter, d'étendre ou de supprimer facilement du contenu dans les images de manière non destructive à l'aide de simples invites textuelles. En

Romefort et Fils renforce sa force de frappe numérique

L'imprimerie Romefort et Fils, basée à Orvault (44), est spécialisée dans la communication notariale. Elle vient de s'équiper d'une presse numérique HP Indigo 7K en remplacement d'une Indigo 5900. Avec une vitesse supérieure à l'Indigo 5900 (120 pages par minute en 4 couleurs), l'Indigo 7K offre, en outre, la possibilité d'imprimer de forts grammages et même du tissu. Elle va ainsi permettre d'élargir le catalogue de l'imprimerie et de répondre encore davantage aux demandes de ses clients. Romefort et Fils (membre d'ImpriFrance) a réalisé, en 2021, 2,954 millions d'euros de CA. ■

Octobre 2023

Le magazine des professionnels de l'imprimé
Caractère

Caractère - 01 octobre 2023

L'imprimerie allemande TSB rejoint le Groupe Riccobono



Actualité

ENTREPRISES

HÉLIOGRAVURE

L'imprimerie allemande TSB rejoint le Groupe Riccobono

Ni l'expérimentation «Oui Pub», ni la baisse inexorable de la diffusion de la presse ne semble effrayer le Groupe Riccobono, dont la stratégie ressemble fortement à celle du dernier survivant. Véritable expert dans les secteurs en décroissance, le groupe est reconnu pour sa capacité à anticiper la baisse des volumes de façon douce, socialement responsable, et sans rupture de charge. Cette stratégie déjà utilisée au début des années 2000 dans la presse quotidienne nationale a été déployée plus récemment sur d'autres marchés, comme l'impression rotative labeur, le routage ou la distribution de la presse. Dans le domaine de l'impression, c'est en 2018 que le Groupe Riccobono a fait son entrée dans le monde de l'héliogravure en reprenant l'imprimerie H2D (aujourd'hui nommée Hélio Print), dans laquelle, il a investi plus de 15 millions d'euros en équipements tout en y associant une structure (HP Brochage) dédiée aux hauts volumes. Il franchit une nouvelle étape en 2021 en concluant un accord prévoyant une reprise progressive de Lenglet Imprimeurs, devenu depuis l'arrêt d'Hélio Corbeil, le second imprimeur français d'hélio.

Recomposition du paysage de l'hélio

En termes de restructuration, la situation de la France n'est pas isolée. Partout en Europe, le rythme de restructuration s'accélère avec l'arrêt progressif de plusieurs machines et sites hélio, conséquence de la baisse

des tirages. Alors que les acteurs historiques cherchent à se retirer de l'hélio, le Groupe Riccobono, perçoit des opportunités dans cette industrie qui, à force de restructuration, a retrouvé un certain équilibre entre l'offre et la demande. C'est dans cette logique, qu'il a choisi d'émettre une offre de reprise du Groupe TSB, principal imprimeur indépendant hélio d'Allemagne, réalisant un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros avec un effectif de 300 personnes. Une offre acceptée, cet été, qui le propulse comme le premier imprimeur hélio en Europe, devant Burda Druck qui exploite trois sites d'impression, Bauer qui en exploite deux en Pologne, et Bertelsmann-Prinovis, dont la dernière usine fermera début 2024.

Un site de 42 000 m²

Avec cette reprise, le Groupe Riccobono met la main sur un site industriel de 42 000 m², situé près de Düsseldorf, composé de 6 rotatives en héliogravure grandes laize, 2 lignes d'encartage Ferag, 3 lignes d'encartage Müller Martini, ainsi qu'un système de stockage automatique de 16 000 palettes. Mais tout le matériel ne sera pas conservé. « Nous avons choisi de dimensionner l'outil industriel en dessous du plan de charge attendu, afin d'anticiper la décroissance à venir du marché », a précisé Guillaume Riccobono, le chef d'entreprise de ce groupe, dont l'objectif est de proposer, dès janvier 2024, un site restructuré « qui anticipe l'avenir, et propose de



Guillaume Riccobono, président du groupe Riccobono.

pertinentes solutions de sécurité pour ses clients ». La reprise de TSB par le Groupe Riccobono s'accompagne d'un plan de restructuration validé positivement par 81% du personnel, qui prévoit de supprimer 78 postes de travail et de passer de 6 à 4 rotatives héliogravure grande laize. Ce groupe comprend les sociétés Tiefdruck Schwann-Bagel ou encore TSB, H+B Finishing, BASICO Finishing, ISI Storage, Garant Engineering & Purchasing et TSB Retail « Cette reprise constitue le développement le plus important du Groupe Riccobono à l'étranger, et s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de croissance externe », a déclaré son président.

Guillaume Prudent

FORMATION

Les jeunes formés aux métiers industriels n'y restent guère

Dans une note publiée en juillet dernier par la Fabrique de l'Industrie, Guillaume Basset et Olivier Luansi, cités par le journal *Le Monde*, font état d'une forte évaporation des compétences des jeunes formés aux métiers industriels. Selon les deux experts, un jeune sur deux change de voie une fois son CAP ou son bac

professionnel en poche. Les écoles forment ainsi, chaque année, 125 000 jeunes aux métiers de l'industrie pour des besoins évalués à environ 80 000 et 90 000 postes à pourvoir, mais seulement près de 65 000 jeunes s'insèrent effectivement dans un métier correspondant à leur formation. En cause, la faible motivation de

ces jeunes orientés le plus souvent par défaut vers une filière industrielle et surtout une déconnexion entre les formations et leur bassin d'emploi. La désindustrialisation aidant, depuis quarante ans, la distance entre les établissements de formation, les jeunes et les entreprises en mesure de les recruter n'a cessé d'augmenter.

Le Télégramme

Télégrammes – 02 octobre 2023

Lenglet Imprimeur rafle l'impression du Mag

Lenglet Imprimeur rafle l'impression du Mag

lundi, 02 octobre 2023 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Lenglet Imprimeurs, une des entreprises du Groupe Riccobono, a remporté, pour les deux prochaines années, l'appel d'offre portant sur le Le Mag, magazine édité par la région Ile-de-France depuis octobre 2022. Diffusé à plus de 5,7 millions d'exemplaires et distribué dans les boîtes aux lettres de toute la région, ce 16 pages collées sur un papier recyclé PEFC 100 % présente toutes les initiatives régionales, tous les bons plans culture, sport et loisirs en Île-de-France. Le premier tirage a été réalisé le 21 septembre dernier et c'est 3 numéros par an qui seront produits sur le centre offset de Caudry (59). Ce site est équipé de trois rotatives KBA Compacta, dont une rotative Compacta 518 pour 40 pages et deux rotatives Compacta 618 pour l'impression 48 pages. Lenglet Imprimeurs possède également un second site de production à Raillencourt (59) dans lequel, il exploite des presses hélios. Spécialisé dans l'impression en grand volume, le routage façonnage, la distribution et le portage, le Groupe Riccobono emploie plus de 3000 salariés, pour près de 310 millions de chiffre d'affaires.

Printweek

Printweek – 02 octobre 2023

Un groupe français à la première place européenne de l'héliogravure

Un groupe français à la première place européenne de l'héliogravure

Jo François
lundi 2 octobre 2023

L'imprimeur continental Riccobono Group est devenu le plus grand imprimeur héliographique d'Europe après avoir finalisé le rachat de l'allemand TSB.



Cette acquisition constitue l'expansion la plus significative du groupe Riccobono hors de France

Il s'agirait également de la première fois qu'une imprimerie française rachète une imprimerie allemande.

Les entreprises acquises sont basées à Mönchengladbach, près de Düsseldorf. L'accord comprend Tiefdruck Schwann-Bagel, connu sous les noms de TSB, H+B Finishing, Basico Finishing, ISI Storage, Garant Engineering & Purchasing et TSB Retail.

Riccobono a exigé qu'un plan de restructuration soit convenu dans le cadre de l'acquisition. Il s'agira de réduire le nombre de presses héliographiques de six à quatre et de supprimer 78 emplois, "adaptant ainsi la capacité de production à l'évolution du marché allemand, qui représente plus de 80% de l'activité de l'entreprise", a expliqué Riccobono.

Les plans ont été approuvés par 81 % de l'effectif du BST. L'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 70 millions d'euros (60,7 millions de livres sterling) et employait près de 300 personnes.

Le marché global de l'héliogravure a subi un déclin sévère à mesure que les tirages ont diminué et que certains produits d'héliogravure classiques, tels que les grands catalogues, ont été complètement mis en conserve.

Guillaume Riccobono, PDG du Groupe Riccobono, a déclaré : « Cette acquisition représente l'expansion la plus significative du Groupe Riccobono hors de France et s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de croissance externe.

« Cela nous permettra de prendre pied sur le marché allemand, qui est le plus important pour l'impression de gros volumes, tout en nous permettant de dimensionner notre outil industriel en dessous de la charge de travail attendue afin d'anticiper le déclin futur du marché. Cela nous ouvre également de nouvelles perspectives dans d'autres métiers, voire dans d'autres secteurs industriels.

L'équipe de direction actuelle du BST reste en place. L'entreprise imprime pour un grand nombre de détaillants et d'éditeurs et inclut le groupe britannique Telegraph Media Group dans sa liste de clients.

L'achat signifie que Riccobono dépasse Burda, qui exploite trois sites d'héliogravure ; Bauer, qui possède deux sites en Pologne, et Prinovis, du groupe Bertelsmann, qui devrait fermer sa dernière installation d'héliogravure au début de l'année prochaine .

Suite à la fermeture du site d'héliogravure Prinovis à Liverpool au cours de l'été, Riccobono Group dispose du site d'héliogravure le plus proche du Royaume-Uni avec son site de Lenglet près de Calais. Le groupe possède également Héliog Print, une ancienne entreprise de Circle Printers située près de Paris.

LE FIGARO économie

Le Figaro – 05 octobre 2023

« La Tribune Dimanche » se lance ce week-end

jeudi 5 octobre 2023 LE FIGARO

30 MÉDIAS et PUBLICITÉ

« La Tribune Dimanche » se lance ce week-end

Propriété récente de Rodolphe Saadé, le nouveau journal, qui sort le 8 octobre, vise 30 000 exemplaires.

CLAUDIA COHEN @ClaudiaECohen
ET PHILIPPE LARROQUE
@Philarroque

PRESSE 80 jours, pas un de plus. Depuis le feu vert de leur nouvel actionnaire, Rodolphe Saadé (CMA CGM), les équipes de *La Tribune Dimanche* se sont livrées à un véritable sprint pour sortir en kiosque, dans un temps record, le premier numéro de leur nouvel hebdomadaire ce dimanche 8 octobre. « Il fallait faire vite. C'était, à nos yeux, la date limite pour faire partie de ce que j'appelle la rentrée des médias, tant à l'égard des lecteurs que des annonceurs », confie au Figaro Jean-Christophe Tortora, président du groupe *La Tribune*, positionné depuis sa création sur l'information économique. « Dès le premier numéro, il faut que nos lecteurs se disent que *La Tribune Dimanche*, lui, est un quotidien généraliste », argumente de son côté le directeur délégué du titre, Bruno Jeudy, qui a sillonné la France ces dernières semaines à la rencontre des citoyens.

Le journal en format berlinois, qui compte 32 pages, sera vendu 2,40 euros. Avec un tirage ambitieux pour les premiers numéros de 120 000 exemplaires, mis en place avec France Messagerie dans 13 000 points de vente à travers le territoire. « Notre objectif est un taux de vente de 25 %, soit autour de 30 000 exemplaires pour démarrer », précise Jean-Christophe Tortora. Le groupe de presse lance une offre à 9 euros par mois pour accéder au journal (disponible en PDF dès le samedi soir) ainsi qu'aux contenus du site *La Tribune*. Le média devra faire face aux problématiques de distribution de la presse le week-end. « Le print n'est pas mort, il y a des lecteurs le dimanche. Mais il est vrai qu'ils ont parfois des difficultés à trouver des points de vente », glisse le patron de presse. Le journal compte également sur des vendeurs à la criée dans les grandes métropoles. Le marché de la presse quotidienne dite du « septième jour » compte aujourd'hui une quarantaine



Jean-Christophe Tortora (à gauche), président du groupe *La Tribune*, et Bruno Jeudy, directeur délégué de *La Tribune Dimanche*, mardi, dans les locaux du journal.

SEBASTIEN SORIANO/
LE FIGARO

de titres, selon l'ACPM, dont le plus puissant en volume reste le régional *Ouest France Dimanche*, avec 398 351 exemplaires de diffusion France payée en 2022-2023, loin devant *L'Équipe Dimanche* (220 077 exemplaires), *Le Parisien Dimanche* (155 633 exemplaires) ou *Le Journal du dimanche* (124 150 exemplaires).

« Un journal ouvert, nuancé et prescripteur »

« L'enjeu est de trouver notre place chez les marchands de journaux, avec une notoriété et une identité à construire comparé à nos concurrents comme le JDD ou *Le Parisien* », affirme de son côté Bruno Jeudy. Le journaliste espère convaincre les habitués du kiosque, qui viennent acheter le dimanche un quotidien régional et un quotidien national. Un lectorat CSP,

très informé, plutôt masculin, âgé de 55 à 60 ans. « Mais également ceux qui ont quitté plus récemment ce rendez-vous... Ceux qui se sentent orphelins », abonde-t-il.

Au cœur du 9^e arrondissement de Paris, la direction a poussé les murs des locaux historiques de *La Tribune*, et pris quelques places dans un espace de coworking pour accueillir les quatorze nouveaux journalistes, recrutés tout au long de l'été. Après les embauches de la rédactrice en chef politique de *Marianne*, Soazig Quémener, qui officie comme numéro deux de Bruno Jeudy, et de Ludovic Vigogne, de *L'Opinion*, le journal s'est renforcé avec l'arrivée d'anciens du JDD : Marie-Pierre Gröndahl, Charlotte Langrand..., partis à l'arrivée de Geoffroy Lejeune à la tête du journal de Lagardère News. Des visages connus du grand public ont aussi

rejoint l'aventure, comme Philippe Vandiel, Anna Cabana ou encore François Clemenceau. Plusieurs journalistes du site *La Tribune* (une quarantaine au total) et des collaborateurs externes viendront renforcer une équipe qui comptera au total 25 personnes.

Côté ligne éditoriale, *La Tribune Dimanche* sera structuré en deux parties égales; une première consacrée à la politique, à l'international, au business et à l'écolo-

gie; une seconde à la culture, l'art de vivre et le sport. « Il y a un certain nombre de sujets, qui sont suffisamment traités par les quotidiens, que nous ne traiterons pas, comme les faits divers », précise Bruno Jeudy, qui espère bien récupérer les grands entretiens politiques qui faisaient la saveur du JDD. « On ne cherche pas toutefois des électeurs, mais des lecteurs. L'ambition n'est pas de rentrer dans des guerres idéologiques », corrige-t-il.

Pour se démarquer de la concurrence, le nouveau venu a « l'ambition de se projeter dans la semaine qui vient, avec des sujets dont on parlera encore le lundi. Il y a une place pour l'information le dimanche, qui est différente de celle que l'on trouve sur les réseaux sociaux ou les chaînes d'info », avec notamment des longs formats et des éclairages prospectifs, assure Bruno Jeudy, qui définit *La Tribune Dimanche* comme un « journal ouvert, nuancé et prescripteur ». De même; il parie sur « une offre qui ne soit pas anxiogène, et où l'opinion n'a pas sa place ».

Jean-Christophe Tortora espère atteindre l'équilibre financier dans deux ans, avec des revenus partagés à 50-50 entre diffusion et publicité. L'éditeur compte investir avec son nouvel actionnaire CMA-CGM « plusieurs millions d'euros », sans préciser le montant exact. Le groupe Riccobono ainsi que l'imprimerie de *La Provence* (propriété également de CMA CGM), dans le Sud, sont chargés de l'impression de *La Tribune Dimanche*. « Nous n'excluons pas qu'il puisse, à l'avenir, y avoir des synergies éditoriales avec la rédaction de *La Provence*, autour du sport par exemple », conclut Bruno Jeudy. ■

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse – 6 octobre 2023

« Nous voulons positionner « La Tribune Dimanche » comme l'hebdomadaire du premier jour, pas un journal qui rumine sur ce qu'il s'est passé mais au contraire qui donne de la respiration et de la vision aux lecteurs » affirme son président Jean-Christophe TORTORA. « La Tribune Dimanche » imprimé chez Riccobono et à « La Provence »

"Nous voulons positionner 'La Tribune Dimanche' comme l'hebdomadaire du premier jour, pas un journal qui rumine sur ce qu'il s'est passé mais au contraire qui donne de la respiration et de la vision aux lecteurs", affirme son président Jean-Christophe TORTORA

A 24 heures du bouclage, le président de La Tribune Jean-Christophe TORTORA se félicite du lancement de ce nouvel hebdomadaire national monté en 80 jours, 'un record dans l'histoire de la presse française'. Après un tour du pays à la rencontre des Français, il dit prendre en compte leur demande pour faire de "La Tribune Dimanche" "un journal apaisé qui veut rassembler les Français".

32 pages, 120 000 exemplaires chez 14 000 marchands de journaux, "La Tribune Dimanche" a l'ambition de devenir la nouvelle référence de la presse quotidienne nationale du dimanche. En projet depuis février, le média appartenant désormais à CMA CGM voit les planètes s'aligner après la longue crise au "Journal du Dimanche".

"Nous, nous traitons de la politique, nous ne cherchons pas des électeurs"

"Je ne suis pas allé sans projet chercher Rodolphe SAADE (président-directeur général de CMA CGM, NDLR) en début d'année pour accélérer le développement de La Tribune, sinon je serais resté tout seul", confie-t-il, précisant par exemple avoir contacté le nouveau directeur délégué du titre et ancien du "JDD" Bruno JEUDY avant le rachat par l'armateur marseillais.

Souhaitant "apporter une inflexion" au média économique, "mon enjeu est d'être une marque d'information qui accompagne le lecteur le week-end pour être en cohérence avec notre volonté d'être un média de proximité". Décentralisé, il possède autant de journalistes en régions qu'à Paris, soit une rédaction de quarante personnes.

"Quand nous avons repris la discussion avec Rodolphe SAADE, le choix du dimanche s'est imposé. A partir du moment où 'Le JDD' faisait le choix de devenir un média d'opinion avec un positionnement politique marqué, nous n'avons pas hésité." Exit donc le samedi un temps envisagé. "Nous voulons proposer dans l'offre de presse quotidienne nationale le dimanche, un journal plus central puisque nous n'avons pas vocation à faire de la politique. Nous, nous traitons de la politique, nous ne cherchons pas des électeurs."

"L'accélération de La Tribune" en réflexion à partir de lundi

Pour mener à bien le projet, M. TORTORA s'est entouré de nouvelles signatures et a procédé à une quinzaine de recrutements, de Mme Anna CABANA à M. Ludovic DESAUTEZ, en passant par M. Nicolas PRISSETTE. Des arrivées qui ont fait tousser en interne, de peur d'être écarté de cette nouvelle aventure. Selon nos informations, une lettre, votée lors du dernier comité social et économique, a été envoyée à la direction du titre et à M. Laurent GUIMIER, directeur de Whynot Média qui regroupe l'ensemble des participations médias de CMA CGM, pour éviter que les journalistes actuels "ne deviennent la cinquième roue du carrosse".

M. TORTORA évoque des recrutements qui visaient à compenser "des expertises que nous n'avons pas au sein de la rédaction, comme sur la culture, la littérature ou la gastronomie". "Nous ne pouvons pas reproduire le dimanche un journal 100 % économie. Les journalistes de La

Tribune vont y contribuer à tour de rôle en fonction de l'actualité. C'est elle qui doit nous amener à faire des choix, nous ne pouvons pas faire participer tout le monde dès le premier numéro. Bien entendu ils seront associés et ils le sont déjà."

Concentré sur le lancement de l'hebdomadaire, le président de La Tribune dit "comprendre tout à fait l'impatience" mais appelle ses salariés à "faire preuve d'un peu de patience". "Lundi, nous allons nous mettre au travail sur l'accélération de La Tribune. Nous sommes une PME qui repose sur deux jambes : 'La Tribune Dimanche' et La Tribune, et elle va investir sur les deux", assure-t-il, se disant ouvert à la discussion sur le développement vers les univers de la santé, du retail et du luxe. "Nous avons mis 80 jours pour faire l'hebdomadaire, nous allons mettre 80 jours pour discuter afin qu'en janvier La Tribune soit renforcée au niveau de sa rédaction et de ses projets. L'actionnaire et moi-même sommes alignés sur le fait qu'elle doit être bonne et enrichie, du lundi au dimanche."

"La Tribune Dimanche" imprimé chez Riccobono et à "La Provence"

M. TORTORA annonce également "une massification des rédactions dans les régions en France" mais aussi une poursuite du "déploiement en méditerranée" avec "des projets à l'international qui seront dévoilés d'ici la fin de l'année". La revue bimestrielle "T", vue comme une collection, s'arrête. Sa conceptrice Valérie ABRIAL devient rédactrice en chef culture et lifestyle, rubriques qui "occuperont la moitié" de l'hebdomadaire.

Rentable en 2022 avec 12 millions d'euros de chiffre d'affaires, l'entrepreneur qui a vendu toutes ses actions s'est donné "deux années pleines" pour atteindre l'équilibre de "La Tribune Dimanche". "Il devra être trouvé avec les ventes au numéro en kiosque, l'abonnement, la publicité et éventuellement dans la diversification avec la création d'évènements." Le prix d'achat est fixé à 2,40 euros, tandis qu'il sera imprimé chez Riccobono en région parisienne et dans l'imprimerie du Groupe La Provence, appartenant également à Whynot Média.

En amorce du lancement, les équipes du titre ont réalisé un tour de France pour aller à la rencontre du public. Les retours ont permis d'influer sur la ligne éditoriale. "Nous faisons un métier qui suscite des interrogations. Ce que nous avons beaucoup entendu c'est l'attente sur l'indépendance des journaux. Les Français sont beaucoup plus matures et murs sur ces sujets."

"Rodolphe SAADE joue le rôle d'un industriel investisseur et pas celui de rédacteur en chef"

Une question qui peut se poser pour La Tribune, désormais aux mains d'un nouvel investisseur dont les médias ne sont pas l'activité originelle. "Lorsque j'ai repris le titre il y a dix ans, nous étions dans une période où nous avons beaucoup de mal à trouver des investisseurs alors que plusieurs titres étaient en faillite. Je me réjouis de voir que le secteur des médias et de la presse attire, nous n'allons pas pleurer aujourd'hui sur le fait qu'il y ait des industriels français qui investissent. Le sujet, c'est de quelle manière ils le font et quelles règles on se fixe".

M. TORTORA l'assure : "Rodolphe SAADE n'intervient ni sur les recrutements, ni sur les choix de sujets. C'est un actionnaire qui n'est ni trop prêt, ni trop loin. Il joue le rôle d'un industriel investisseur et pas celui de rédacteur en chef." Si les journalistes de la rédaction n'ont pas les mêmes prérogatives que leurs collègues de "La Provence", ils peuvent désormais donner un avis consultatif sur le changement de directeur de la rédaction. "Il est important puisque c'est un vote qui n'existait pas, c'est donc un renforcement des dispositifs d'indépendance de la rédaction."

Par ailleurs, les Français ont exprimé un besoin de proximité mais aussi "la volonté et le désir de se sortir d'une presse trop anxiogène. Il se n'agit pas d'être dans un déni mais de réaliser un journal qui ne soit pas polémique, qui ne cherche pas à jouer sur les peurs, qui soit apaisé et qui a pour ambition de rassembler. Ce qui compte c'est sortir de l'information et ne pas commenter la semaine écoulée. Nous voulons être l'hebdomadaire du premier jour, pas un journal qui rumine sur ce qu'il s'est passé mais au contraire qui donne de la respiration et de la vision aux lecteurs. Etre le journal qui regarde devant et pas celui qui regarde derrière".



Caractère - 09 octobre 2023

Premier numéro de « La Tribune Dimanche » imprimé par l'Imprimerie

Premier numéro de « La Tribune Dimanche » imprimé par l'Imprimerie

lundi, 09 octobre 2023 | Auteur La rédaction | Télégrammes

La Tribune Dimanche, dont le premier numéro est sorti ce dimanche, a été imprimé à 120 000 exemplaires par l'Imprimerie (Tremblay-en-France, 93) appartenant au Groupe Riccobono. Le portage est réalisé par Proximy. Le journal en format berlinois (315 x 470 mm) est consacré pour moitié aux gros enjeux d'actualité (politique, climat, international...) et pour moitié à la culture et aux tendances. Vendue 2,40 euros le numéro, *La Tribune Dimanche* est disponible en version papier et numérique. Pour le lancement de *La Tribune Dimanche*, les offres d'abonnement sont à 9 euros par mois ou 99 euros par an en tout numérique (*La Tribune* et *La Tribune Dimanche*), 99 euros par an pour *La Tribune Dimanche* uniquement papier, ou 149 euros par an en tout numérique avec *La Tribune Dimanche* papier en plus.

Le GRAND Parisien

Le Grand Parisien - 10 octobre 2023

Un centre de formation dans l'imprimerie Hélio Print

Un centre de formation dans l'imprimerie Hélio Print

Sébastien Roselé

LONGTEMPS, les imprimeries ont tenu une place importante dans le nord de la Seine-et-Marne. Depuis les années 1990, le secteur a connu des difficultés croissantes se concluant pour la plupart par des disparitions pures et simples : comme JDC (ex-Québecor), à Torcy, en 2007 ; Brodard-Graphique, à Coulommiers, en 2010 ; Bergame, à Ferrières-en-Brie, en 2012 ; Fécomme, à Claye-Souilly, en 2014...

Pourtant, à Mary-sur-Marne, trente-quatre ans après sa création, l'imprimerie Hélio Print, du groupe Riccobono et spécialisée dans les très gros tirages, résiste et même se redresse.

« 100 000 tonnes de papier imprimé par an »

Pourtant, le site revient de loin. Fondée par Jean Didier en 1989, l'usine d'héliogravure



Mary-sur-Marne, mardi 19 septembre. Le site, créé en 1989, emploie 180 salariés.

s'appuyer Révo pour former les stagiaires. Depuis sa création en mars, dix salariés se sont formés.

« Nous visons une centaine de personnes par an, toutes formations confondues », estime Margarete Annicette. Car Révo ne formera pas que des imprimeurs mais aussi à toutes les professions qui tournent autour, notamment les caristes. Et élargira aussi les formations aux services à la personne et à la bureautique. Le secteur autour de Mary-sur-Marne est économiquement fragile et disposer d'un tel centre de formation comblera un manque.

Le centre Révo représente un investissement de 60 000 €. Preuve que Riccobono croit en l'avenir du papier. Certes il existe des cen-

qui a été la plus moderne et la plus grande d'Europe, est ensuite passée, au gré des redressements judiciaires, entre les mains de Québecor, en 1995, de Circle Printers, en 2008, et de HZD, en 2011. Sous l'ère Jean Didier, le groupe comptait plus de 1 400 salariés. À chaque reprise par un nouveau propriétaire, des salariés ont été licenciés.

En 2018, quand le groupe Riccobono a repris l'usine, elle comptait 200 employés. Ils sont maintenant 180. Mais le nouveau propriétaire, qui l'a rebaptisée Hélio Print, a investi 12 millions d'euros pour la moderniser. Des investissements nécessaires qui n'avaient peu ou pas été faits par les successeurs de Jean Didier.

Le groupe Riccobono continue à penser au futur. Dans les locaux d'Hélio Print, il vient de créer un organisme de formation, appelé Révo. « C'est pour répondre à un besoin de formation aux métiers de l'imprimerie », explique Margarete Annicette, chargée de développement et cheffe du centre d'apprentissage.

« On a créé Révo car il y a de moins en moins de centres de formation voire plus du tout sur les machines que nous utilisons. » Or, se former au métier d'imprimeur nécessite d'apprendre sur de vraies machines. Directeur de la formation au sein de l'Uniiic, l'Union nationale des industries de l'impression et de la communication, Richard Navez, confirme : « Disposer

d'un tel outil de production, l'héliogravure, ça n'existe dans aucun centre de formation. »

Et c'est vrai qu'en se promenant dans les locaux gigantesques d'Hélio Print, on peut s'en rendre compte. Le principe de ces « grosses bêtes », comme les appelle Richard Navez est assez simple : de très longs rouleaux en cuivre sont gravés et recouverts d'une fine couche de chrome. L'encre y est ensuite injectée, les rouleaux tournent à très grande vitesse et le papier est imprimé. Un processus qui permet de produire très vite de très grosses quantités et le tout en quadrichromie.

« On est aux alentours des 100 000 tonnes de papier imprimé par an », évalue Jérémie Donghi, le responsable de la

production chez Hélio Print. L'usine imprime « à 70 % » de la presse hebdomadaire comme les magazines « Elle » ou « VSD ». Beaucoup de programmes télé aussi. En particulier « Diverto », qui tire à 3,5 millions d'exemplaires : il faut 36 heures à Hélio Print pour le « rouler » avec ces grosses machines. « L'héliogravure permet des tirages à des millions d'exemplaires », explique Jérémie Donghi.

Un investissement de 60 000 €

En France, on compte au total onze machines d'impression par héliogravure. Trois d'entre elles se trouvent à Mary-sur-Marne. C'est sur l'expérience des conducteurs de ces machines que compte

la formation continue en Île-de-France pour les métiers de l'imprimerie, « mais aucun n'est capable de former sur les outils de production comme ceux de Riccobono », assure Richard Navez. Dans la région, on recense encore environ 800 entreprises spécialisées dans l'imprimerie qui emploient 10 000 salariés.

Pour autant, le secteur de l'imprimerie reste sous pression. Il subit la numérisation des documents administratifs et les annonces spectaculaires de certaines chaînes d'hypermarchés sur l'abandon des publicités papier. « Ces machines, ce sont des millions d'investissements dont la rentabilité est calculée sur quinze ou vingt ans », analyse Richard Navez.



Nous visons une centaine de personnes formées par an

Margarete Annicette, cheffe du centre d'apprentissage

La Marne

La Marne - 10 octobre 2023

Révo, un partenaire essentiel dans le canton pour les futurs employeurs

Lizy-sur-Ourcq

MARY-SUR-MARNE

EMPLOI. REVO, un partenaire essentiel dans le canton pour les futurs employeurs

Au sein de l'imprimerie Helio-Print, REVO, l'organisme de formation continue a été officiellement inauguré jeudi 5 octobre. Une véritable réponse aux besoins.



À droite Pierre Eelbode, président du Pays de l'Ourcq et Annicette Margarete, qui tient la paire de ciseaux inaugurale, sont devenus de réels partenaires pour l'emploi.
François Majdanski

Margarete Annicette, responsable du nouveau centre de formation, a présenté, jeudi 5 octobre, REVO aux élus et acteurs du territoire : « REVO, c'est favoriser l'insertion professionnelle des travailleurs et permettre leur maintien ou retour à l'emploi et favoriser le développement de leurs compétences ».

La structure a été créée en novembre 2022, certifiée Qualiopi en mars 2023 et axe ses formations vers des CACES (Certificat d'aptitude à la conduite d'engins en sécurité) R489 catégories 1, 3 et 5 pour apprendre à

manier des chariots automoteurs de manutention à conducteur porté.

Guillaume Riccobono est à l'initiative de cette création avec sa fondation et le sigle REVO, qui signifie Riccobono Évolution.

Les cinq axes de formation : les métiers de l'imprimerie, les métiers de la logistique, les métiers fonctions et supports, les métiers d'aide à la personne et les métiers liés à la sécurité.

Les cinq axes de formation

En installant les locaux de REVO au sein

même de l'imprimerie, les métiers de l'imprimerie sont prépondérants : rotativiste de presse, conducteur hélogravure, bobinier, etc.

La logistique et la formation CACES R489 visent à former de futurs conducteurs de chariots élévateurs ; « Un temps de formation de 31 heures sur quatre à cinq jours est nécessaire à cette formation », assure un formateur.

Très prisé, le domaine de la bureautique a aussi déjà séduit de nombreux stagiaires : utilisation des logiciels de bureau, Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Outlook). Le stage se déroule sur trois jours et 21 heures.

Les métiers d'aide à la personne AESH (Accompagnement des élèves en situation de handicap), permettront de venir en aide aux personnes les plus fragiles. On parle là de 1064 heures de formation sur une durée de 154 jours.

Dernier axe, les métiers liés à la sécurité : agents de service de sécurité incendie et d'assistance à la personne, salarié, sauveteur secouriste du travail, prévention aux risques d'incendie.

L'équipe de formation de REVO, complétée avec également Océane Guillaume, responsable pédagogique et Anthony Casagrande, chargé administratif, entend répondre aux demandes de formation externes et non seulement à celles du groupe Riccobono.

■ **Siège social** : 6, route de La Ferté-sous-Jouarre, Lleudit La petite plaine, Mary-sur-Marne. Contact : contact@revo-formation.com, 07 85 64 71 62.

Le Monde

Le Monde - 12 octobre 2023

Pour son deuxième numéro, « La Tribune dimanche » augmente son tirage

Pour son deuxième numéro, « La Tribune dimanche » augmente son tirage

La direction du nouveau quotidien dominical estime à 50 % le taux de vente du premier numéro, sorti le 8 octobre.

« Les premières tendances sont aussi bonnes à Paris qu'en régions. » Après avoir ajourné une première fois sa communication sur les indications de ventes du premier numéro de *La Tribune dimanche* (LTD), mercredi 11 octobre, la direction a annoncé, jeudi à la mi-journée, *« un taux de vente à Paris de 70 % et de 50 % au niveau national »*. Plus tôt dans la matinée, elle avait fait savoir qu'*« au regard des premières remontées de vente, La Tribune a[vait] décidé d'augmenter le tirage du journal La Tribune dimanche, en passant de 120 000 à 130 000 exemplaires pour le numéro deux. »*

En réalité, ce premier tirage du 8 octobre s'est élevé à 110 000 exemplaires. Victime d'un bourrage dû à un grammage de papier trop élevé pour le nombre de pages à mettre sous presse, l'imprimerie marseillaise de *La Provence* (qui appartient au même groupe) n'a pu sortir, avec retard, que 7 000 exemplaires. Appelée en urgence à la rescousse, l'imprimerie Riccobono de Gallargues (Gard) en a imprimé 33 000. Dix mille journaux ont donc manqué à l'appel, privant quelques départements du Sud-Ouest de LTD.

Pour éviter que la situation se reproduise, le journal continuera d'y être imprimé jusqu'à la fin de 2023, selon nos informations. Enfin, les points de vente supplémentaires parisiens, qui prennent le relais des kiosques fermés le dimanche, n'ont pas distribué *La Tribune dimanche* – contrairement au *Parisien dimanche*, au *Journal du dimanche* ou encore à *L'Equipe*.

Lire aussi :  [Presse écrite : « La Tribune Dimanche » est entrée dans la bataille du septième jour](#)



Si ces « *remontées officielles* », émanant de sondages effectués sur un échantillon de kiosques répartis sur tout le territoire, devaient être confirmées la semaine prochaine par les « *résultats définitifs* », cette première journée se sera révélée très encourageante. Comptant sur un effet de curiosité, la direction espérait en effet écouler autour de 30 000 exemplaires, avant, dans le meilleur des cas, de stabiliser cette diffusion en kiosques à 25 000 unités en moyenne.

Onze pages entières de publicité

Ce premier bouclage a réservé aux équipes son lot de surprises. En effet, alors que les visages de Sophie Binet et de Marylise Léon auraient dû s'y afficher en « une », et l'entretien croisé des dirigeantes de la CGT et de la CFDT assurer à *La Tribune dimanche* ses premières reprises remarquées, l'attaque du Hamas contre Israël, déclenchée à l'aube samedi 7 octobre, est venue chambouler le chemin de fer prévu avec soin.

La petite rédaction fraîchement constituée, encore dénuée de service international, a dû monter trois pages sur l'événement dans la précipitation, le journal bouclant à une heure précoce (19 h 30). Du côté des pages médias, le choix de TF1 (groupe Bouygues) d'autoriser Bruce Toussaint à raconter dans *LTD* son prochain départ de BFM-TV in extremis dans la journée de samedi plutôt qu'au *Parisien*, pourtant coutumier de ce genre d'exclusivités, fait figure d'encouragement au niveau venu.

Lire aussi :  [« La Tribune Dimanche » veut séduire les anciens lecteurs du « Journal du dimanche »](#)



La Tribune dimanche peut également se réjouir d'avoir accueilli onze pages entières (et quelques formats moins grands) de publicité – là où *Le JDD* en comptait six (plus des petits formats et des publicités émanant des autres médias du groupe Lagardère) – et *Le Parisien dimanche*, une seule (partenariats et petits formats en plus).

Preuve que la majorité des annonceurs reste frileuse avec *Le Journal du dimanche* version Geoffroy Lejeune (ancien directeur de la rédaction de l'hebdomadaire *Valeur actuelles*), contrairement au groupe de luxe LVMH, qui y proposait une publicité pour les vêtements de luxe Loro Piana, mais jouait les absents dans *LTD*. Une situation qui pourrait évoluer, une rencontre entre les équipes du groupe de luxe et la régie de *La Tribune* étant prévue cette semaine.

Entièrement tournée vers cette parution print hebdomadaire qui a donné à la rédaction du site le sentiment d'être délaissée, la direction de La Tribune a promis, mercredi 11 octobre, de « déployer [ses] ambitions éditoriales et industrielles » afin de « préparer La Tribune (le site Internet) du 1^{er} janvier 2024 ». Ces investissements avaient été promis au printemps, lors du rachat du groupe de Jean-Christophe Tortora par CMA CGM et son intégration dans sa filiale médias. Actuellement dirigée par Laurent Guimier et encore en cours de constitution, Whynot Media a, selon nos informations, approché Philippe Colombet, l'ancien directeur du journal *La Croix*. Contacté au sujet d'une éventuelle arrivée, celui-ci estime n'avoir « aucun commentaire à faire ».

Aude Dassonville

The Media Leader FR - 13 octobre 2023

Le prochain numéro de La Tribune Dimanche sera tiré à 130 000 exemplaires

13 Oct 2023 | [Océane Redon](#)

Le prochain numéro de La Tribune Dimanche sera tiré à 130 000 exemplaires

Bruno Jeudy

CMA CGM

Jean-Christophe Tortora

Journal

La Tribune

La Tribune Dimanche

Tatiana de Francqueville



Le premier numéro de La Tribune Dimanche - Crédit : Vincent Thobel



« Au regard des premières remontées de vente, La Tribune a décidé d'augmenter le tirage du journal La Tribune Dimanche, en passant de 120 000 à 130 000 exemplaires pour le numéro 2 », en kiosque dimanche 15 octobre.

En effet, La Tribune Dimanche (CMA CGM) avait annoncé dès le mois d'août un tirage à 120 000 exemplaires pour son premier numéro daté du 8 octobre.

Mais selon des informations du Monde, le groupe a rencontré des problèmes d'impressions sur ce premier numéro. « Victime d'un bourrage dû à un grammage de papier trop élevé pour le nombre de pages à mettre sous presse, l'imprimerie marseillaise de La Provence n'a pu sortir que 7 000 exemplaires. Appelée en urgence à la rescousse, l'imprimerie Riccobono de Gallargues (Gard) en a imprimé 33 000. Dix mille journaux ont donc manqué à l'appel », écrit le quotidien.

« Les premières tendances sont bonnes »

Sans pour autant donner de résultats précis, le titre ajoute que les premières tendances pour ce premier numéro sont aussi bonnes à Paris qu'en région, « confirmant ainsi l'ADN de La Tribune de média national ancré dans les territoires ».

De leurs côtés, Jean-Christophe Tortora, président de La Tribune et Tatiana de Francqueville, directrice générale de La Tribune, assurent : « Nous sommes très heureux de ces premiers résultats qui récompensent l'engagement de toutes les rédactions de La Tribune et de La Tribune Dimanche et plus largement d'une équipe formidable qui a su réaliser, en 80 jours, l'exploit de proposer un nouveau journal exigeant, nuancé et différent. »

2,40 euros le numéro

Vendue 2,40 euros le numéro, La Tribune Dimanche est disponible en version papier et numérique sur tous les kiosques numériques (Cafeyn, ePresse, PassPresse) et sur l'application reliftée de La Tribune.

La Tribune Dimanche est dirigée par Bruno Jeudy, ancien du JDD et de Paris Match. Le journal compte 48 pages.

La
Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse - 16 octobre 2023

« La Tribune Dimanche », qui était jusqu'alors imprimée par Riccobono et La Provence, confie l'intégralité de ses tirages au groupe Riccobono »

"La Tribune Dimanche", qui était jusqu'alors imprimée chez Riccobono et à La Provence, confie l'intégralité de ses tirages au groupe Riccobono

"La Tribune Dimanche", qui était imprimée depuis son lancement chez Riccobono en région parisienne et dans l'imprimerie du Groupe La Provence à Marseille (appartenant à Whynot Média, également propriétaire de La Tribune), a décidé de confier l'intégralité de ses tirages au groupe Riccobono, a annoncé hier le groupe dirigé par M. Guillaume RICCOBONO.

Le nouvel hebdomadaire dominical sera désormais imprimé sur le centre de l'Imprimerie à Tremblay-en-France (Seine-Saint-Denis), avec 80 000 exemplaires dédiés au Nord de la France, et à Midi Print à Gallargues-le-Montueux (Gard), avec 50 000 exemplaires destinés à la partie Sud de la France. Midi Print est notamment spécialisée en impression Offset Coldset sans sécheur, tandis que l'Imprimerie de Tremblay dispose de machines en Offset Waterless. Les deux centres disposent également des outils nécessaires pour le routage.

Selon Riccobono, ce choix s'explique notamment par les "contraintes techniques / industriellement complexe du titre par son format et son papier haut grammage". Cet hebdomadaire nécessite également une gestion particulière des délais de livraison, puisque sa diffusion est ciblée sur une seule journée de vente au numéro uniquement en plein week-end.

Pour son premier numéro, "La Tribune Dimanche" annonçait un tirage à 120 000 exemplaires. Il a été porté à 130 000 pour son second numéro, sorti hier (cf. CP du 13/10/2023).

+ Les clés de la presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

Les Clés de la Presse - 17 octobre 2023

« En bref »

En bref

La Tribune dimanche a désormais choisi le groupe Riccobono comme imprimeur exclusif. Le nouveau journal est imprimé à la fois sur le centre de l'Imprimerie a Tremblay-en-France (en région parisienne) et Midi print a Gallargues-le-Montueux (dans le Gard).

Les Clés de la Presse - 20 octobre 2023

« Riccobono se dote d'un laboratoire de recherche et développement »

Riccobono se dote d'un laboratoire de recherche et développement

 Le groupe Riccobono joue la carte de l'innovation avec la création d'un laboratoire de recherche et développement. Baptisé le Lab Riccobono, il a pour but de réaliser une veille technologique, dans le domaine des arts graphiques comme dans d'autres activités, de mettre en incubation des idées avec la modélisation et la création de prototypes machine, mais aussi de servir d'accélérateur par l'amélioration des process. Placée sous l'autorité de Camille Hoarau, le directeur industriel du groupe, cette entité a déjà permis de déposer des brevets qui permettent de mettre en place des solutions alternatives pour le routage (suppression du film plastique) ou l'adoption d'un nouveau procédé de fabrication de papier thermoscellant d'épaisseur très faible permettant aux éditeurs de faire des économies d'affranchissement postal.

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse - 20 octobre 2023

« Le Groupe Riccobono crée une cellule interne consacrée à la recherche et au développement dirigée par M. Camille HOARAU, directeur industriel du groupe »

Le Groupe Riccobono crée une cellule interne consacrée à la recherche et au développement dirigée par M. Camille HOARAU, directeur industriel du groupe

Le Groupe Riccobono se dote d'un laboratoire collaboratif de recherches et développement, le Lab Riccobono.

Cette "cellule transversale" est composée d'experts techniques déjà présents au sein des centres de productions des quatre pôles d'activités du groupe. Ce groupe interviendra "de façon transverse entre les différents pôles d'activités".

Le Lab Riccobono nourrit trois objectifs : réaliser une veille technologique (sur le secteur des arts graphiques notamment), mettre en incubation des idées avec la modélisation et la création de prototype machine, servir d'accélérateur par l'amélioration des process.

Ce travail collaboratif réunira toutes les équipes des quatre pôle d'activités Presse, Magazine, Façonnage et Distribution. Pour mémoire, Riccobono Imprimeurs est devenu Groupe Riccobono en mai dernier et a redéfini ses quatre pôles d'activité (cf. CP du 24/05/2023).

De nouvelles solutions ont déjà fait l'objet de dépôt de brevet à l'INPI comme des techniques alternatives pour le routage pour la suppression du film plastique, pour la vente et portage pour la suppression du film plastique, la mise en place d'un nouveau procédé de fabrication papier thermoscellant d'épaisseur très faible, ou la mise en place de machine pour le recassage des tabloïds.

Cette cellule est dirigée par M. Camille HOARAU, directeur industriel du groupe

Cette cellule procède directement de M. Guillaume RICCOBONO, directeur général de Riccobono Presse Investissement, qui en a confié le pilotage à M. Camille HOARAU, directeur industriel du groupe.

Diplômé en tant qu'ingénieur de l'Ecole nationale supérieure d'Arts et Métiers (Ensam), M. Camille HOARAU commença sa carrière chez Maury Imprimeur comme directeur du secteur pré-press, puis devint directeur de façonnage et directeur de production jusqu'en 2005. Il rejoignit à cette date le Groupe Riccobono comme directeur d'usine.

La
Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse - 20 octobre 2023

« Groupe Riccobono / M. Guillaume RICCOBONO »

♦ **Groupe Riccobono / M. Guillaume RICCOBONO** : Précisons que M. Guillaume RICCOBONO, jusqu'alors directeur général de Riccobono Presse Investissement (cf. CP du 19/10/2023), est devenu depuis la constitution du Groupe Riccobono en quatre pôles d'activités –Presse, Magazine, Façonnage et Distribution- en mai dernier (cf. CP du 24/05/2023), président-directeur général du groupe.



GraphiLine.com
Le quotidien des Industries Graphiques

Graphiline.com – 24 octobre 2023

Savoir-faire / Riccobono réalise une couverture surgrammée du New York Times

Savoir-faire / Riccobono réalise une couverture surgrammée du New York Times



Cette opération marketing, bien que régulièrement effectuée par l'imprimerie Midi Print, nécessite un savoir-faire technique dont le directeur du site nous en partage les défis.



Faustine Loison

Publié le 24-10-2023

Le quotidien américain *The New York Times* du mardi 19 septembre 2023 a la particularité d'avoir une couverture particulièrement épaisse. Réalisée à la demande de la marque de bagages Rimowa, cette couverture en 55 g/m² au lieu du grammage habituel de 42 g/m² a été réalisée à Midi Print, imprimerie du groupe Riccobono, située à Gallargues-le-Montueux dans le Gard.

Nous avons demandé à Loïc Le Deuff, directeur du site, de nous dévoiler les coulisses de la fabrication de cette couv distribuée dans tout le sud de la France.

Tout d'abord, afin de respecter les délais, l'imprimeur a consacré un temps supérieur à la préparation de la machine d'impression et à la mise aux bonnes copies, par rapport à un job standard sans mixte de papier.

Riccobono a ensuite utilisé le procédé d'impression Coldset. *"Ce procédé est assez vertueux de nos jours (d'un point de vue écologique), car il ne nécessite pas de four pour sécher l'encre ou de lampe UV pour polymériser l'encre ou d'agent siccatif pour figer l'encre"* souligne Loïc Le Deuff, directeur de Midi Print.



Il poursuit : *"Les deux défis principaux lors de la production de cette couverture sont la gestion des tensions de bandes sur la machine et dans l'arrivée en plieuse et la qualité en sortie au niveau des stackers (conditionnement en paquets) pour avoir un produit sans traces, car nous sommes sur un procédé d'impression Coldset (sans séchage, uniquement par pénétration de l'encre dans le papier)."*

Avec le grand nombre de titres imprimés par l'imprimerie (*Le Figaro, Le Monde, L'Équipe...*), Midi Print réalise régulièrement ce type de communication marketing.

"Nous imprimons, sur notre site Midi Print de Gallargues-le-Montueux, l'ensemble des titres de presse nationale à l'exception de L'Humanité, dont la production chez nous devrait démarrer en juin 2024. Cela représente 13 titres nationaux et deux titres internationaux, précise le directeur. C'est toute la force du Groupe Riccobono qui a su fédérer et optimiser l'impression de la presse dans tout le territoire en répartissant ces points d'impression et en devenant le partenaire majeur des éditeurs pour l'impression de journaux et magazines."

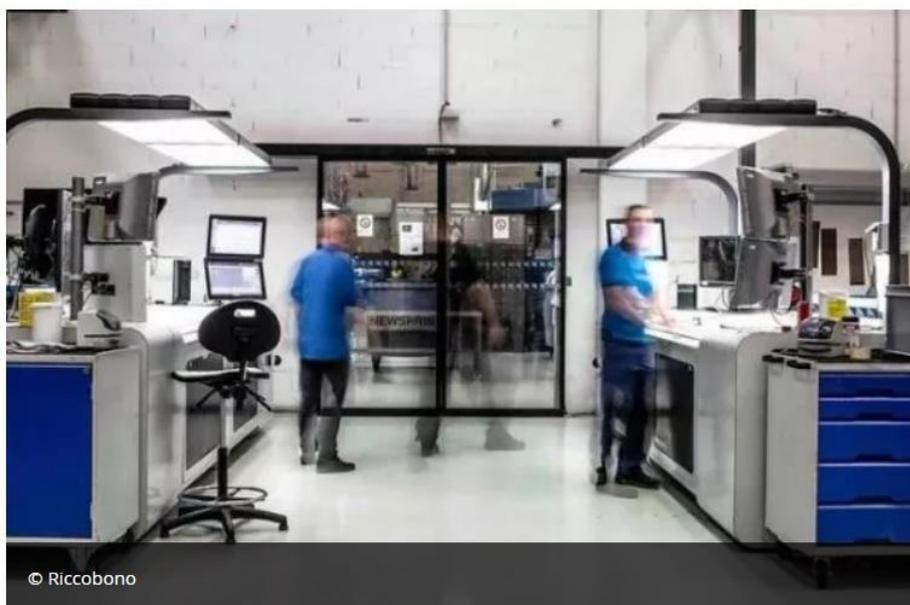
Novembre 2023

GraphiLine.com
Le quotidien des Industries Graphiques

Graphiline.com – 03 novembre 2023

Le Groupe Riccobono ouvre son laboratoire de recherche et développement

Le Groupe Riccobono ouvre son laboratoire de recherche et développement



© Riccobono

Le Groupe Riccobono, qui a déjà à son actif plusieurs brevets, compte poursuivre la R&D et l'amélioration des processus dans le secteur des arts graphiques et autres métiers connexes, sous la direction de Camille Hoarau.



Faustine Loison

Publié le 03-11-2023

Afin d'accélérer la recherche et l'innovation, le Groupe Riccobono se dote d'un laboratoire interne de R&D. Baptisé Lab Riccobono, il est composé des spécialistes techniques des centres de production des quatre activités du groupe - presse, magazine, façonnage et distribution - qui réalisaient déjà un travail de

développement et d'amélioration de leurs process. Cette cellule transversale est "un accélérateur" permettant de partager les progrès des équipes, mais également les échecs, souligne le groupe français.

Sous la direction de Camille Hoarau, directeur industriel de Riccobono, le Lab Riccobono assure une veille technologique dans le secteur des arts graphiques et les autres pôles d'activités et travaille à l'optimisation des processus de production, afin d'accroître vitesse et fiabilité des opérations des 13 sites d'impression, sept sites de façonnage-routage et 10 dépôts de distribution du groupe. Ce laboratoire est également le lieu de **développement** de nouvelles idées.

Avec un **chiffre d'affaires** atteignant près de 310 millions d'euros et employant 3 000 salariés, le groupe dirigé par la cinquième génération du fondateur, Guillaume Riccobono, a déjà déposé plusieurs brevets à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI).

Riccobono a, par exemple, créé des solutions de remplacement au film plastique pour le portage, comme l'adressage sur étiquette enlevable (brevet Label Press) ou l'adressage sur étiquette rabattable enlevable, support fermé sur un côté (brevet Label Press Folding).

Il a également lancé un nouveau papier thermoscellant de **routage** à très faible grammage, le Paper Press, permettant aux éditeurs de faire des économies d'affranchissement postal (brevet ERS pour Enduction Riccobono System). L'imprimeur a par ailleurs installé les premières machines en Europe pour le recassage des tabloids en quart de pli, une **innovation** dont le groupe Riccobono a le monopole en France.

LA VOIX DU NORD

La Voix du Nord – 03 novembre 2023

Un Bâtiment effondré à l'Imprimerie Lenglet, 90 salariés à l'arrêt

16 **Cambrésis**

LA VOIX DU NORD VENDREDI 3 NOVEMBRE 2023

Un bâtiment effondré à l'imprimerie Lenglet, 90 salariés à l'arrêt

Hier matin, à la suite des fortes rafales de vent qui ont balayé le Cambrésis, un mur coupe-feu de l'imprimerie Lenglet dans la zone Actipôle s'est effondré. L'outil de production est à l'arrêt et les 90 salariés ont cessé leur activité pour une durée indéterminée.

PAR DIANE BÉTHUNE
cambrai@lavoixdunord.fr

CAMBRAI. La zone Actipôle n'a pas été épargnée par la tempête Ciaran qui a frappé le Nord de la France. L'imprimerie Lenglet a subi d'importants dégâts qui ont entraîné l'arrêt total de l'activité depuis hier matin.

« Nous avons de gros dégâts mais fort heureusement il n'y a pas eu de blessés. »

VÉRONIQUE DRAIN,
DIRECTRICE GÉNÉRALE

partie effondré, explique la directrice générale du site Véronique Drain. Nous avons de gros dégâts mais fort heureusement il n'y a pas eu de blessés. L'activité est à l'arrêt total depuis. Des canalisations d'air comprimé et de fluide technique qui alimentent l'usine ont été endommagées et nous avons

Sous l'effet du vent, « un mur coupe-feu qui dépassait en toiture – puisque c'est le principe d'un mur coupe-feu – est tombé sur la toiture d'un bâtiment et ce bâtiment s'est en partie

effondré. » Les 90 salariés ont été contraints de regagner leur domicile dans la matinée. Ce, jusqu'à nouvel ordre dans la mesure où il est impossible aujourd'hui, d'évaluer combien de temps va durer la remise en état des lieux et quand l'usine va pouvoir reprendre son activité.

« Nous allons faire passer les experts, et évaluer l'ampleur des dégâts et le montant des travaux. » Avec l'inquiétude que ce dossier ne soit qu'un dossier de plus parmi les dommages causés par la tempête dans le département.

Les services de la sous-préfecture sont attendus aujourd'hui dans l'entreprise pour constater les dégâts. Une demande de reconnaissance de catastrophe naturelle peut-elle être envisagée ? En attendant, la communauté d'agglomération de Cambrai met tout en œuvre pour apporter son soutien à l'entreprise. ■

SUR LAVOIXDUNORD.FR

retrouvez nos articles consacrés à la tempête Ciaran dans la région en scannant ce QR-code avec l'appareil photo de votre téléphone portable.



Sous la puissance du vent, le mur coupe-feu en parpaings s'est effondré sur l'un des bâtiments de l'imprimerie.

Caractère – novembre 2023

Points de vue

POINTS DE VUE



“Compenser l’ajustement des tirages par l’augmentation des paginations”

En hélios, sur le plan européen, nous sommes incontestablement entrés dans une forte phase de consolidation à un moment où nous devons gérer de la décroissance sur plusieurs marchés. C’est une situation que nous connaissons bien dans le groupe au travers de nos diverses entreprises en France. Il faut donc que nous adaptions progressivement nos structures. En reprenant l’allemand TSB, dont la clientèle est à 80% nationale, nous prenons pied sur le principal marché

européen de l’hélios édition. Certes, il va nous falloir un peu de temps pour bien intégrer TSB dont l’activité se répartit assez équitablement entre le magazine (pour 35%), le catalogue (pour 30%) et le « pure retail » (pour 35%). Ceci nous permet de développer une activité internationale, en nous appuyant également sur les autres capacités de notre groupe, à savoir l’impression offset, le façonnage et le routage. Malgré les difficultés du secteur, nous constatons que certains marchés propres à

l’hélios, comme le catalogue de jouet ou encore la presse magazine pour la télévision, restent très actifs et ne peuvent se passer de la productivité de nos rotatives et de la qualité produite. Rien n’est, en effet, plus qualitatif qu’une impression hélios, dans la mesure où le support papier est en adéquation avec le procédé. D’autant que nous remarquons depuis peu que certains de nos clients, bien qu’ils ajustent leurs tirages, ont tendance à augmenter leurs paginations et leurs parutions.

François-Xavier Luchart, responsable pôle magazine et retail, directeur du site hélios chez Lenglet Imprimeurs à Raillencourt-Sainte-Olle (59)



Caractère – novembre 2023

Lenglet imprimeurs rafle l'impression du mag

PRESSE

Lenglet Imprimeurs rafle l'impression du *Mag*

Lenglet Imprimeurs, une des entreprises du Groupe Riccobono, a remporté, pour les deux prochaines années, l'appel d'offres portant sur *Le Mag*, magazine édité par la région Île-de-France depuis octobre 2022. Diffusé à plus de 5,7 millions d'exemplaires et distribué dans les boîtes aux lettres de toute la région, ce 16 pages collées sur un papier recyclé PEFC 100% présente toutes les initiatives régionales, tous les bons plans culture, sport et loisirs en Île-de-France. Le premier tirage a été réalisé le 21 septembre dernier et c'est 3 numéros par an qui seront produits sur le centre offset de Caudry (59). Ce site est équipé de trois rotatives KBA Compacta, dont une rotative Compacta 518 pour 40 pages et deux rotatives Compacta 618 pour l'impression 48 pages. Lenglet Imprimeurs possède également un second site de production à Raillencourt (59) dans lequel, il exploite des presses hélios. Spécialisé dans l'impression en grand volume, le routage façonnage, la distribution et le portage, le Groupe Riccobono emploie plus de 3 000 salariés, pour près de 310 millions de chiffre d'affaires.

Caractère – novembre 2023

La Consolidation du marché de l'hélio en Europe se poursuit

La consolidation du marché de l'hélio en Europe se poursuit

En Europe, cette activité industrielle de l'imprimerie de labour subit de plein fouet la décroissance de plusieurs marchés de l'imprimé.

Par **Yvon Guémard**

Le secteur de l'impression en héliogravure pour des travaux d'édition est revenu au premier plan de l'actualité avec l'annonce inattendue de la reprise par Riccobono de l'allemand TSB (Tiefdruck Schwann-Bagef). Une première dans le labour hexagonal (cf. article dans notre dernier numéro), portant ainsi le groupe français parmi les grands du secteur en Europe.

Depuis plusieurs années, cette activité industrielle, très gourmande en capitaux et lourde à mettre en œuvre, est pourtant en souffrance dans toute l'Europe. À commencer par la situation en France. Sans remonter aux calendes grecques, le nombre des entreprises a considérablement évolué à la baisse au cours des quinze dernières années. En 2007, sept sites d'impression hélio pour l'édition étaient actifs : H2D à Lille-Hellemmes (deux presses KBA de 2,10 m), Hélio Lys à Nieppe (deux Albert Frankenthal de 2,44 m et une Cerutti de 3,88 m), Imprimerie Québecor à Blois (une Cerutti de 3,08 m), Imprimerie Didier Québecor à Mary-sur-Marne (trois Albert Frankenthal de 3,08 m), Hélio Corbeil à Corbeil-Essonnes (deux Cerutti de 3,08 m), Imprimerie et Éditions Braun à Vieux-Thann (deux Frankenthal et une Cerutti de 3,08 m) et enfin Lenglet à Raillencourt-Sainte-Olle (quatre KBA en 3,68 m). Cette dernière entreprise étant celle qui avait mis en service pour la première fois en 2001 et 2003 des machines en très grande laize.

Depuis, l'activité s'est réduite puisque seuls trois sites, ceux de Raillencourt-Sainte-Olle et de Mary-sur-Marne - tous deux désormais dans le giron du Groupe Ricco-

bono - et celui de Vieux-Thann - appartenant au groupe allemand d'édition Burda - sont toujours actifs. Nous sommes donc entrés dans une phase importante de consolidation. Ce que prévoyait déjà, il y a quinze ans, Yvan Lesniak, alors p.-d.g. de Québecor France. Il estimait alors dans les colonnes de « Caractère » qu'il existait des capacités excédentaires de production en Europe.

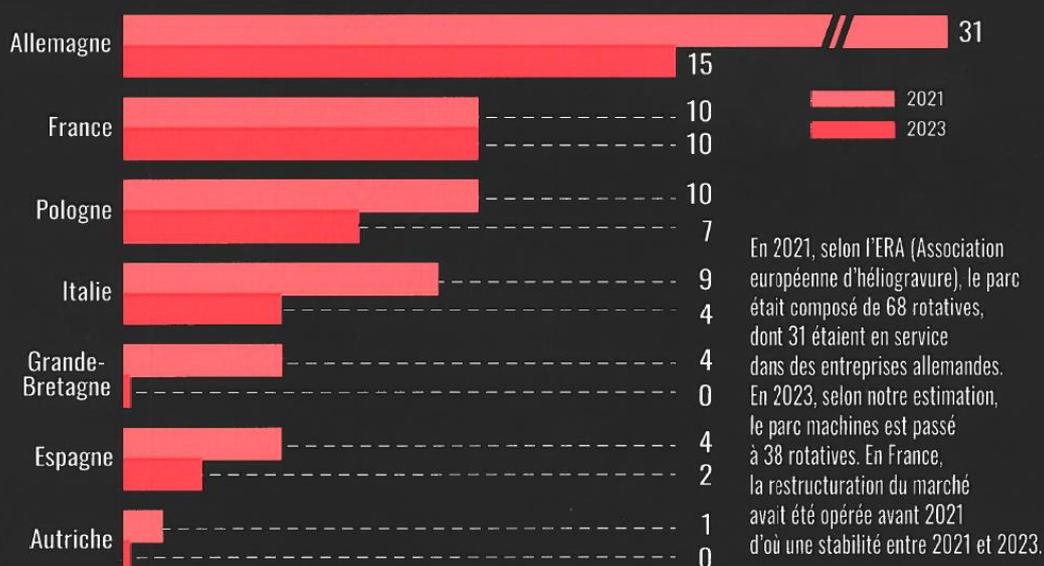
Un déclin structurel

Depuis, dans plusieurs pays européens, l'hélio édition n'existe plus, leurs imprimeries ayant tout simplement mis la clé sous la porte : c'est le cas aux Pays-Bas avec Biegelaar (en 2014) et RotoSmeets Deventer (en 2019), en Belgique avec Hélio Charleroi (en 2019), en Suisse avec Ringier (en 2011). Dans les autres pays (l'Allemagne, l'Italie, la Pologne, la Grande-Bretagne, l'Espagne et l'Autriche), la situation a fortement évolué. En mars 2016, le groupe Polestar UK dépose le bilan de son usine de 43 000 m² située à Sheffield, démarrée quelques années plus tôt (en 2005) et qualifiée d'unité écologique par son président Barry Hibbert. 550 emplois sont affectés. Prinovis (appartenant conjointement à Bertelsmann et à l'éditeur Axel Springer) qui était l'une des plus importantes imprimeries européennes va disparaître. Après la fermeture de ses sites allemands de Nuremberg (en avril 2021) et de Dresde (la même année) qui employait 470 salariés, puis de l'usine de Liverpool (250 personnes), sa dernière unité hélio, située à Ahrensburg doit cesser son activité le 30 janvier 2024 avec à la clé la suppression de 545 emplois.

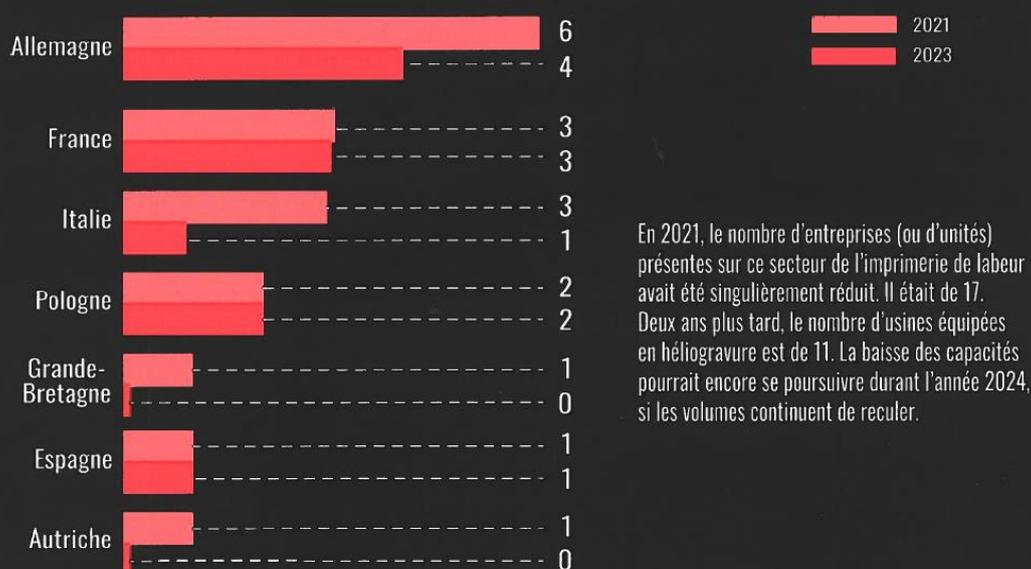
En janvier de cette année, dans un communiqué, Ulrich Cordes, directeur général de Prinovis et directeur financier de Bertelsmann Printing évoquait « l'évolution négative du marché, qui s'est accélérée ces dernières années » et regrettait « que le marché européen, l'un des piliers de notre entreprise soit en déclin structurel depuis plus d'une décennie, la demande de catalogues volumineux, en particulier, ainsi que celle des magazines et des suppléments ayant chuté de manière spectaculaire au cours de cette période ».

Pour autant, quelques sociétés misent encore sur l'hélio. C'est notamment le cas de l'allemand Rose Druck (Landau) qui a racheté, début 2020, une machine d'occasion KBA après la faillite d'Hélio Charleroi. Toujours en Allemagne, plusieurs groupes sont toujours bien présents : Burda sur deux sites (Nuremberg et Offenburg) avec

Le nombre de machines hélio installées dans les différents pays européens



En Europe et par pays, le nombre d'usines équipées en héliogravure pour l'édition



Les données 2021 ont été communiquées par l'ERA, tandis que les données 2023 sont des estimations Caractère.

Les données 2021 ont été communiquées par l'ERA, tandis que les données 2023 sont des estimations Caractère.

sept presses, auquel y ajouter celui de Vieux-Thann, TSB (Mönchengladbach) avec six machines pour l'instant et le groupe Bauer qui a implanté deux unités (avec un parc de dix presses) en Pologne, à Ciechanow et à Nowogrodziec. En Italie, trois sociétés sont actives : EffePrinting/LithoSud (ex-Rotosud/Ilte) avec trois presses, Pozzoni (avec quatre rotatives) à Treviglio et Segraf avec deux machines à Nova Milanese. En Autriche, Farbdruck installé à Vienne utilise une presse KBA. Enfin, le groupe britannique Walstead possède l'imprimerie Eurohueco en Espagne, à côté de Barcelone. Il y exploite quatre presses.

La réduction de capacités

Compte tenu de cette évolution du secteur, les capacités de production ont été réduites dans des proportions considérables sur une période de vingt ans. Pour exemple, et selon des chiffres communiqués par l'ERA (European Rotogravure Association), l'Allemagne - premier héliographeur européen - disposait en 2003 d'une capacité de 2,66 millions de tonnes. En 2021, ce chiffre est tombé à 824 000 tonnes. L'Italie a beaucoup réduit la voilure passant de 888 000 à 219 000 tonnes pendant la même période.

Pour l'édition, l'hélio
reste un procédé
incontournable et
parfois indispensable

La France a aussi revu ses capacités (de 599 000 à 307 000 tonnes). À ces baisses, il faut encore prendre en compte les pays qui n'exploitent plus de presses hélio - la Belgique, la Finlande, la Suisse, la Suède, la Slovaquie, le Danemark - et qui représentaient en 2003 une capacité totale de 522 000 tonnes. Globalement, on est passé d'une capacité européenne de 5 570 000 tonnes en 2003 à 1 920 000 tonnes en 2021. Et la situation va encore évoluer dans les prochains mois avec l'arrêt déjà évoqué de l'usine Prinovis d'Arhensburg (huit machines) et la réduction annoncée par Riccobono (de deux presses) du parc de TSB. De plus, les imprimeurs doivent aussi faire face au retrait des constructeurs de presses. L'Allemand KBA (ex-Albert, ex-Frankenthal et aussi propriétaire de l'américain Motter), puis l'italien Cerutti, ont abandonné le domaine de l'édition après une période très favorable d'investissements entre les années 1997/2005.

Comment expliquer ce contexte baissier ? D'abord il s'agit d'une stratégie de la part de grands groupes d'édition (Bertelsmann, Ringier, Axel Springer, Hachette, etc.). Ils exploitaient leurs propres imprimeries pour réaliser leurs titres. Au fil des ans, ils se sont défaits de leurs outils jugeant préférable de les céder - avec plus ou moins de succès - à des industriels. Ensuite, les marchés propres à l'hélio ont fortement évolué : tassement des tirages de magazines, abandon progressif de la publication de gros catalogues (on se souvient d'un Ikea dépassant les 200 millions d'exemplaires annuels en 32 langues), réduction des campagnes de la grande distribution...

Néanmoins, dans cette situation tendue, l'hélio édition reste un outil incontournable et parfois indispensable. D'abord en termes de qualité. Le procédé reste inégalable dans le traitement des images. Et il demeure encore suffisamment de travaux pour alimenter les presses. Aujourd'hui, avec la reprise de TSB, Guillaume Riccobono fait avec l'hélio un pari similaire à celui que son père Bernard a réalisé avec succès en France dans la presse quotidienne en offset. Pour devenir un acteur incontournable, mais cette fois à l'échelle européenne...

Décembre 2023

la Lettre
+ **La presse**
les clés de
La boîte à outils des professionnels de la presse

Les Clés de la Presse – décembre 2023

Le nouveau visage de Riccobono

Le nouveau visage de Riccobono

Le changement de nom, intervenu en mai dernier, de Riccobono imprimeurs en groupe Riccobono, a constitué l'aboutissement d'une stratégie à marche forcée visant à faire d'un spécialiste de l'impression de la presse un groupe fournissant une palette complète de services aux éditeurs de presse.



Guillaume Riccobono, président du groupe éponyme



Après avoir débuté par la consolidation du secteur de l'impression de la presse quotidienne nationale, en permettant aux éditeurs de sortir du métier de l'imprimerie en lui confiant la gestion de cette activité, Guillaume Riccobono, président du groupe familial, s'est implanté coup sur coup dans le façonnage et le brochage avec l'achat de France routage et Sodicom, puis la distribution avec l'acquisition de Proximy, la reprise des activités de portage du *Figaro* ou, en octobre 2022, celle du mandat de dépositaire de presse de Beauvais. Résultat, le chiffre d'affaires du groupe a doublé en six ans, à 310 millions d'euros. « *La consolidation du secteur de l'imprimerie, sur un marché en forte décroissance, n'est pas suffisante*

plus important du groupe à l'étranger, et s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de croissance externe, expliquait Guillaume Riccobono lors de l'annonce du rachat. *Il permet de nous placer sur le marché allemand qui est le plus important en impression à gros volumes, tout en dimensionnant l'outil industriel en dessous du plan de charge attendu afin d'anticiper la décroissance à venir du marché* ».

Et ce n'est qu'un début. Car « *la concentration sur le marché de l'hélio est européen* », estime Wilfried Souchet, qui

pour assurer l'avenir, tranche Wilfried Souchet, directeur général du pôle presse du du groupe. Elle doit s'accompagner d'une diversification ciblée et rester à l'écoute des besoins de l'écosystème.

Le groupe Riccobono est désormais constitué de quatre pôles : l'impression en presse quotidienne (30% de son chiffre d'affaires), l'impression de presse magazine, de catalogues et de prospectus publicitaires (40%), la distribution et le portage (20%), puis le façonnage et le brochage (10%). Et ce n'est peut-être pas terminé. Quand on l'interroge sur d'autres activités, Wilfried Souchet évoque l'emballage, le packaging ou « *des solutions verticales de services à nos clients, comme des plateformes de fabrication et d'achat* ».

reconnait « *être en recherche active. Nous regardons toutes les opportunités pour 2024* ». Le groupe, via sa filiale Proximy, a aussi candidaté au portage de la presse en Belgique en répondant à l'appel d'offres lancé par l'Etat belge qui cherche un opérateur pour le portage à domicile de la presse au cours des cinq prochaines années, dans un premier temps pour les quotidiens, puis dans un second lot pour les magazines. Le projet prévoit une distribution quotidienne de plus de 500 000 exemplaires et une distribution hebdomadaire de 3 millions d'exemplaires, repré-

Cap sur l'international

En attendant, c'est dans l'impression qu'il a poursuivi ses opérations de croissance externe, en septembre dernier, mais cette fois à l'international, avec la reprise de TSB, principal imprimeur indépendant d'Allemagne en héliogravure (qui réalise 70 millions d'euros de chiffre d'affaires), dont les clients sont présents dans la vente à distance (Otto group), la grande distribution (Lidl, Norma, Lutz, Carrefour) et, bien sûr, la presse et l'édition (Prisma, Funke, Weltbild ou Telegraph media group).

Avec cette acquisition, Riccobono s'affirme comme le principal imprimeur européen en héliogravure, devant Burda, Bauer et Bertelsmann-Prinovis. « *Cette reprise constitue le développement le*

sentant 2850 tournées de distribution, 7 millions d'heures de travail, et l'équivalent de 3 300 salariés équivalent temps pleins de portage, et 500 personnes pour les fonctions supports et d'encadrement.

En France, le développement pourrait aussi passer par une consolidation des imprimeries de la presse quotidienne régionale. « *Nous l'avons fait avec Le Parisien, et nous sommes en discussion avec d'autres groupes* », nous annonce Wilfried Souchet, qui vise les 500 millions d'euros de chiffre d'affaires à un horizon de trois ans.

Caractère – décembre 2023

Classement des 481 premières entreprises dont l'activité principale est l'imprimerie, le routage ou la finition



CHIFFRE D'AFFAIRES

LE CHIFFRE D'AFFAIRES

Une activité soutenue dans un contexte inflationniste

Les chiffres d'affaires de notre classement doivent être interprétés à la lumière des événements qui ont marqué l'année 2022.

Dans la continuité du second semestre 2021, l'année 2022 restera une année dynamique pour les marchés de l'imprimerie, à l'exception de ceux du haut volume. Le secteur du livre a maintenu des niveaux supérieurs à ceux de 2019, tandis que la communication imprimée a continué sur la voie de la reprise initiée au second semestre 2021. Portés par une croissance de l'économie française de 2,6%, l'étiquette et l'emballage ont été bien orientés, tandis que la communication extérieure a rebondi avec la fin des restrictions sanitaires. L'activité des imprimeurs commerciaux s'est bien comportée avec la reprise des marchés du loisir et de l'événementiel et une bonne tenue des dépenses publicitaires. Cependant, l'année 2022 restera marquée par les problèmes d'approvisionnement.

Du cartonnage au livre, en passant par les étiquettes ou la communication, il était long et difficile de s'approvisionner en papier au début de l'année 2022, la rarefaction de la matière première allant de pair avec la flambée des

prix. D'autant plus que la guerre en Ukraine, démarrée en février 2022, a amplifié la flambée des prix de l'énergie, conduisant les papeteries à augmenter encore davantage leurs tarifs. En conséquence, le prix du papier a été multiplié par deux en l'espace d'un an. Face à l'augmentation des coûts, les imprimeries ont été contraintes de faire passer des augmentations tarifaires pour répercuter les hausses, poussant artificiellement les chiffres d'affaires à la hausse.

Des hausses liées au papier

La flambée des prix du papier et la bonne tenue des dépenses publicitaires expliquent donc les progressions de chiffres d'affaires en 2022. Celle-ci se reflète clairement dans notre tableau ci-contre, 78 entreprises de notre Top 100 (dont 88 ont des éléments de comparaison en N-1) enregistrent une hausse par rapport à l'année précédente et 60 d'entre elles ont des progressions égales ou supérieures à 10%. Seules dix entreprises de notre Top 100 connaissent une baisse de leur chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente. Après une année 2022 fortement chahutée, 2023 devrait signer le retour à une certaine normalité, avec une baisse de l'activité, surtout marquée au second semestre dans l'impression labour. Le rattrapage post-Covid auquel on a assisté dans la communication est passé et les prix des matières premières ont baissé, le couché étant en octobre

2023 en retrait de 15% par rapport à l'année passée. Chaque année revêt sa préoccupation. Celle de 2023 est davantage liée à la flambée des prix de l'énergie qui devrait cette fois impacter les résultats des entreprises.

À PROPOS DE NOTRE CLASSEMENT ANNUEL

Dans le classement ci-contre, nous sommes parvenus à recenser les chiffres de 481 entreprises, dont l'activité principale est l'imprimerie (quels que soient le support et le marché), le routage ou la finition. Vous le constaterez, certaines entreprises importantes n'apparaissent pas dans notre classement faute d'avoir accepté de répondre à notre questionnaire ou d'avoir publié leur chiffre au greffe du tribunal. En ce qui concerne les imprimeries présentes dans notre classement, il est important de bien analyser leur chiffre d'affaires en

fonction de la date de clôture de l'exercice, qui est soit en fin d'année, soit en mars ou encore en juin. Dans notre classement, lorsque nous avons le choix, nous retenons la période la plus représentative de l'année, c'est-à-dire celle comprenant le plus de mois.

Comment avons-nous procédé ?

Pour ce 39^e classement, nous avons adressé un courrier aux entreprises qui réalisent – à notre connaissance – un chiffre d'affaires supérieur ou égal à 1,5 million d'euros. Ce premier

courrier part chaque année à la fin du mois de juin. Le questionnaire doit nous être retourné pour la fin août. Fin septembre, nous avons relancé, par courriels, les sociétés qui n'avaient pas répondu, dont celles qui ont un exercice décalé, grâce notamment à un nouvel outil permettant de répondre en ligne. Pour mener à bien les analyses et commentaires, nous avons arrêté cette dernière collecte d'informations le 20 octobre. Si vous n'avez pas été interrogé, nous vous invitons à vous manifester auprès de la rédaction : c.colin@caractere.presse.fr

LES 481 PREMIÈRES ENTREPRISES

Classement	Raison sociale de l'entreprise	Société mère	Domaines d'activités	Chiffre d'affaires 2022 (en milliers d'euros)	CA consolidé	Bilan	Évolution du CA 2021/2022 en %	Résultats 2022 (en milliers d'euros)	Évolution 2021/2022 en %	Les effectifs 2022	Évolution 2021/2022 en %	Date de clôture
1	PARAGON FRANCE (Groupe)	Paragon France (Groupe)	Commercial, Éditique, Marketing direct	254 848	Oui	Non	16,00	535	-88,00	1 331	3,00	30-juin-23
2	GROUPE RICCOBONO (Presse)*	Groupe Riccobono (Presse)	Routage, Journal, Magazine	250 000	Oui	Non				2 800		31-déc-22
3	OBERTHUR FIDUCIAIRE*		Fiduciaire	139 336	Non	Non	-32,00	-19 117	-315,00		-100,00	31-déc-22
4	FIROPA (Groupe)	Firopa (Groupe)	Carton Plat, Commercial, Étiquette	136 459	Oui	Non	15,00	10 518	59,00	869	2,00	31-déc-22
5	PARAGON TRANSACTION	Paragon France (Groupe)	Marketing direct	125 375	Non	Oui	17,00	2 350	218,00	380	1,00	30-juin-23
6	ST FINANCE (Groupe)	ST Finance (Groupe)	Routage, Commercial, Magazine, Marketing direct	124 896	Oui	Non	18,00	2 049	-18,00	471	-3,00	31-déc-22
7	MAURY (Groupe)	Groupe Maury	Commercial, Livre, Magazine	120 548	Oui	Non	3,00	-639	-168,00	866	-6,00	31-déc-22
8	GROUPE DIFFUSION PLUS	Groupe Diffusion Plus	Éditique, Marketing direct	114 645	Oui	Oui	1,00	4 233	-24,00	870	-3,00	31-déc-22
9	ALLIANCE ÉTIQUETTES (Groupe)	Alliance Étiquettes (Groupe)	Étiquette	102 000	Oui	Non	17,00			600	28,00	31-déc-22
10	MCC FRANCE (Groupe)*	MCC France (Groupe)	Étiquette	100 000	Oui	Non				500		31-déc-22
11	SPRINT (Groupe)*	Sprint (Groupe)	Carton Ondulé, Carton Plat, Commercial, Grand Format, Livre	100 000	Oui	Non						31-déc-22
12	MMP PACKETIS*	MM Packaging	Emballage	90 000	Non	Non	22,00			570		31-déc-22
13	MM PACKAGING FRANCE	MM Packaging	Carton Plat	86 445	Oui	Non	35,00			196	3,00	31-déc-22
14	PRENANT (Groupe)*	Prenant (Groupe)	Commercial	73 400	Oui	Oui				390		30-déc-22
15	MAURY IMPRIMEUR*	Maury (Groupe)	Commercial, Livre, Magazine	69 300	Non	Non	3,00	-4 840	-1 119,00			31-déc-22
16	INESSENS (Groupe)*	Inessens (Groupe)	Étiquette	68 000	Oui	Non				280		31-déc-22
17	CALENDRIERS DE PARIS	Calendriers de Paris	Calendriers	65 099	Oui	Oui	44,00	6 474	11,00	230	-6,00	31-déc-22
18	BRODART PACKAGING*		Emballage souple, Étiquette	63 431	Non	Non	16,00	145	-56,00			31-déc-22
19	IMP. NATIONALE CONTINU ET SERVICES*	IN Groupe	Fiduciaire, Sécurité	60 420	Non	Non		10 023	860,00			31-déc-22
20	ASV PACKAGING	ASV Packaging (Groupe)	Carton Plat, Emballage	60 000	Oui	Non				210		31-déc-22
21	STRATUS PACKAGING (Groupe)	Stratus Packaging (Groupe)	Étiquette	59 920	Oui	Oui	12,00	3 950	47,00	325	1,00	31-déc-22
22	LENGLET IMPRIMEURS*	Groupe Riccobono (Presse)	Magazine, Prospectus	57 496	Non	Non	32,00	4 013	4,00			31-déc-22
23	FOT	ST Finance (Groupe)	Commercial, Magazine, Marketing direct	57 013	Non	Non	9,00	-358	-145,00	209	-2,00	31-déc-22
24	VERPACK*	Verpack	Carton Plat	52 100	Non	Non	21,00	1 530	467,00			31-déc-22
25	TECHNIPHOTO (Groupe)	Techniphoto (Groupe)	Commercial, Grand Format	50 866	Oui	Non	20,00					31-déc-22
26	MORAUULT (Groupe des imprimeries)	Morault (Groupe des imprimeries)	Commercial, Magazine	49 784	Oui	Non	16,00	1 216	26,00	201	-7,00	31-déc-22
27	IMAYE GRAPHIC*	Agir Graphic (Groupe)	Magazine	47 059	Non	Non	21,00	-438	72,00	109	-8,00	31-mars-23
28	MCC NANTES FRANCE*	MCC France (Groupe)	Étiquette	46 041	Non	Non	12,00	-884	-2 863,00			31-déc-22
29	SANTERRE (Groupe)*	Groupe Santerre	Logistique, Routage, Commercial, Grand Format	46 000	Oui	Non	31,00			300	20,00	30-juin-23
30	RDSL (Groupe)		Logistique, Éditique, Marketing direct	45 578	Non	Oui	5,00	2 144	-4,00	116	-4,00	30-sept-22
31	DATA-ONE*	Groupe Diffusion Plus	Marketing direct	42 624	Non	Non	9,00	2 783	2,00	224	-1,00	31-déc-22
32	PARAGON CUSTOMER COMMUNICATIONS*	Paragon France (Groupe)	Éditique, Marketing direct	42 359	Non	Oui	4,00	1 089	-15,00	254	-4,00	30-juin-22
33	BURDA DRUCK FRANCE (Braun)*		Commercial, Magazine	38 991	Non	Non	23,00	644	295,00			31-déc-22
34	GROUPE CPI FRANCE*	Groupe CPI France	Livre	37 800	Oui	Non				271		31-mars-22
35	LA GALIOTE PRENANT	Prenant (Groupe)	Commercial	37 668	Non	Oui	23,00	184	298,00	105	-8,00	31-déc-22
36	STRATUS SEEC	Stratus Packaging (Groupe)	Étiquette	35 975	Non	Oui	11,00	1 404	26,00	150	6,00	31-déc-22
37	CONSTANTIA JEANNE D'ARC*		Emballage	35 412	Non	Non	18,00	-24	-116,00	90		31-déc-22
38	SIB STE D'IMPRESSION DU BOULONNAIS*		Commercial	34 575	Non	Non	18,00	-535	82,00	150	-4,00	30-sept-22

*Estimation Caractère

Caractère Décembre 2023 — 63

La Lettre
+ **les clés de**
La presse
La boîte à outils des professionnels de la presse

Les Clés de la Presse – décembre 2023

Extrait de l'interview de Jean-Clément Texier « Un millésime en trompe-l'œil » Le Classement des 50 premiers éditeurs de presse français

Comment peut-on expliquer que les chiffres d'affaires des groupes de presse ont plutôt augmenté en 2022 dans une période de crise aussi forte ?

J-C.T. En dépit de chiffre d'affaires en progression, les leaders français demeurent toujours des nains. La France ne dispose que d'une demi-douzaine de demi-milliardaires, là où la Belgique et la Suisse en affichent chacune deux milliardaires (Mediahuis et DPG média d'un côté, TXGroup et Ringier de l'autre). Ce constat de faiblesse français me conduit à penser qu'un jour on regrettera les obstacles qui ont été mis au rapprochement de TF1 et M6, ou de Lagardère et Editis. A mon sens, pour survivre dans des marchés structurellement déclinants, les consolidations s'imposent. Saluons à cet égard le travail effectué dans la logistique, l'impression et la distribution par le groupe Riccobono qui mutualise sans cesse des activités déclinantes.

A ce titre, je souhaite que les Etats généraux de l'information ne combattent pas les inéluctables rapprochements, mais au contraire que tombent de nom-

breuses barrières pénalisant les concentrations. La ministre de la Culture, Rima Abdul Malak, vient de reconnaître que l'univers des quotidiens était bien plus concentré à l'apogée du groupe Hersant.